UNIVERSITAS
GADJAH MADA
KOMODIFIKASI THIRD WAVE COFFEE DALAM PERSPEKTIF ONE- DIMENSIONAL MAN HERBERT MARCUSE
Muhammad Reza Kurniawan, Dr. Supartiningsih, S.S., M.Hum ; Dr. Septiana Dwiputri Maharani, S.S., M. Hum.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

INTISARI

Penelitian ini berangkat dari permasalahan komodifikasi kopi dalam industri *Third Wave Coffee* di Indonesia, praktik konsumsi tidak lagi berorientasi pada pengalaman rasa, tetapi pada citra, gaya hidup, dan identitas simbolik. Proses ini memunculkan kesadaran yang direduksi serta kebutuhan palsu (*false needs*) yang diproduksi industri, sehingga konsumsi kopi menjadi bagian dari logika kapitalisme lanjut. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis bagaimana struktur makna, praktik konsumsi, dan relasi kuasa bekerja dalam ekosistem *Third Wave Coffee*, serta menjelaskan mekanisme reproduksi *false needs* melalui fenomena *gastronomical ignorance*, yakni keterputusan konsumen dari pengalaman inderawi kopi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan filsafat empiris dengan metode kualitatif-reflektif. Pengumpulan data dilakukan melalui studi pustaka yang diperkuat dengan observasi dan wawancara informal. Analisis data dilakukan melalui pembacaan hermeneutika filosofis untuk memahami produksi dan sirkulasi makna dalam praktik industri kopi, sebelum dilanjutkan dengan kritik ideologis berdasarkan kerangka pemikiran Herbert Marcuse, khususnya konsep manusia satu dimensi dan kebutuhan palsu.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa konsumsi kopi dikonstruksi sebagai simbol produktivitas, profesionalitas, dan eksistensi kelas menengah urban. Kebanggaan atas brand, ruang, dan narasi edukasi bekerja sebagai instrumen komodifikasi yang membentuk kebutuhan palsu. *Gastronomical ignorance* menjadi mekanisme kultural yang memutus relasi konsumen dengan realitas material dan kerja manusia di balik kopi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa industri *Third Wave Coffee* beroperasi sebagai produsen makna dan kebutuhan, serta mereproduksi kesadaran satu dimensi melalui komodifikasi nilai, ruang sosial, dan pengalaman rasa.

Kata Kunci: *Third Wave Coffee*, kebutuhan palsu, komodifikasi, *gastronomical ignorance, One-Dimensional Man*.

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
KOMODIFIKASI THIRD WAVE COFFEE DALAM PERSPEKTIF ONE- DIMENSIONAL MAN HERBERT MARCUSE
Muhammad Reza Kurniawan, Dr. Supartiningsih, S.S., M.Hum ; Dr. Septiana Dwiputri Maharani, S.S., M. Hum.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

ABSTRACT

This research addresses the problem of coffee commodification within Indonesia's Third Wave Coffee industry, where consumption is increasingly oriented not toward sensory experience but toward image, lifestyle, and symbolic identity. This process produces reduced consciousness and false needs constructed by the industry, embedding coffee consumption into the logic of advanced capitalism.The study aims to analyze how meaning structures, consumption practices, and power relations operate in the Third Wave Coffee ecosystem, and to explicate the reproduction of false needs through gastronomical ignorance, namely the disconnection between consumers and the material–sensory reality of coffee.

This research employs an empirical-philosophical approach using a qualitative-reflective method. Data were collected through literatur review, observation and informal interviews. The analysis was conducted through philosophical hermeneutics to examine the production and circulation of meaning within coffee industry practices, followed by an ideological critique based on Herbert Marcuse's framework, particularly the concepts of one-dimensional man and false needs.

The findings indicate that coffee consumption is constructed as a symbol of productivity, professionalism, and middle-class urban identity. Pride in brands, spatial design, and educational narratives functions as an instrument of commodification that shapes false needs. Gastronomical ignorance operates as a cultural mechanism that disconnects consumers from the material reality and human labor embedded in coffee production. This study concludes that the Third Wave Coffee industry functions as a producer of meaning and needs, reproducing one-dimensional consciousness through the commodification of values, social spaces, and sensory experience

Keywords: *Third Wave Coffee, false needs, commodification, gastronomical ignorance, One-Dimensional Man.*