

Strategi Memperkenalkan Minuman Tradisional Kopi Tahlil Kepada Masyarakat Melalui Media Sosial

Farah Aisyah^{1*}, Siska Yuningsih², Muhammad Alaika Rizky³, Dania Mahpudin⁴, Al Fikkri Zakky Ramadhan⁵, Hifdzan Hanif Al Ghifari⁶, Aulia Ayati Nurafifah⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cireundeu, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten, Kode Pos 15419
E-mail: farahsyah0423@gmail.com

ABSTRAK

Budaya minum kopi telah menjadi bagian integral dari masyarakat Indonesia. Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA) menyebutkan bahwa Indonesia mengonsumsi 4,79 juta kantong kopi pada periode 2023/2024, di mana per kantongnya memiliki berat 60 kilogram (kg). Kopi tahlil merupakan minuman tradisional khas pekalongan, yang biasa disajikan dalam acara tahlilan atau doa bersama untuk memperingati almarhum di kalangan masyarakat Pekalongan. Maka dari itu pentingnya media sosial dalam memperkenalkan kopi tahlil sebagai warisan budaya Pekalongan. Kopi telah lama menjadi simbol komunikasi antar budaya yang mempertemukan orang-orang dari berbagai latar belakang. Melalui warung kopi tradisional dan kedai kopi modern menyatukan antar individu melalui interaksi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dalam memperkenalkan minuman tradisional kopi tahlil di media sosial. Penelitian ini menggunakan Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis. Pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, seperti TikTok, Instagram, dan Facebook, merupakan platform yang strategis untuk memperkenalkan kopi tahlil kepada masyarakat luas. Media sosial memiliki jangkauan yang luas dan mampu menarik perhatian berbagai generasi, dari muda hingga tua, sehingga ideal untuk menyebarkan informasi terkait kopi tahlil dan keunikannya. Kopi tahlil dapat disampaikan sebagai lebih dari sekadar minuman tradisional; ia adalah simbol kebersamaan dan warisan budaya yang memiliki nilai kesehatan.

Kata kunci: Budaya, Komunikasi, Kopi Tahlil, Pekalongan

ABSTRACT

Coffee drinking has become an integral part of Indonesian society. The United States Department of Agriculture (USDA) states that Indonesia consumed 4.79 million bags of coffee in the 2023/2024 period, with each bag weighing 60 kilograms (kg). Tahlil coffee is a traditional drink typical of Pekalongan, which is usually served in tahlilan events or joint prayers to commemorate the deceased among the Pekalongan community. Hence the importance of social media in introducing tahlil coffee as a cultural heritage of Pekalongan. Coffee has long been a symbol of intercultural communication that brings together people from different backgrounds. Through traditional coffee shops and modern coffee shops bring individuals together through interaction. The purpose of this study was to determine the strategy in introducing the traditional drink of tahlil coffee on social media. This research uses a qualitative approach with descriptive analysis method. Data collection using interviews and observations. The results showed that social media, such as TikTok, Instagram, and Facebook, are strategic platforms to introduce tahlil coffee to the wider community. Social media has a wide reach and is able to attract the attention of various generations, from young to old, making it ideal for disseminating information related to tahlil coffee and its uniqueness. Tahlil coffee can be presented as more than just a traditional drink; it is a symbol of togetherness and a cultural heritage with health value.

Keyword: Culture, Communication, Tahlil Coffee, Pekalongan

1. PENDAHULUAN

Minum kopi merupakan budaya yang tidak dapat di pisahkan dari masyarakat Indonesia. Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA) menyebutkan bahwa Indonesia mengonsumsi 4,79 juta kantong kopi pada periode 2023/2024, di mana per kantongnya memiliki berat 60 kilogram (kg). Sejalan dengan hal ini, survei GoodStats mencatat bahwa sebanyak 40% responden mengaku minum 2 gelas kopi per hari (GoodStats.id, 2024).

Kopi telah lama menjadi simbol komunikasi antar budaya yang mempertemukan orang-orang dari berbagai latar belakang. Melalui warung kopi tradisional dan kedai kopi modern menyatukan antar individu melalui interaksi. Dalam proses ini, kopi bukan hanya sekedar minuman, tetapi juga menjadi media interaksi social yang kaya akan makna, Dimana ide dan pengalaman dibagikan secara langsung.

Komunikasi antar budaya merujuk pada interaksi antara individu atau kelompok dari berbagai latar belakang budaya, termasuk pertukaran informasi, nilai, dan norma yang berbeda. Komunikasi antar budaya juga memiliki peran penting dalam mengurangi konflik di lingkungan multikultural (Efendy et al., 2024).

Menurut Alo liliweri, Andrea L. Rich dan Dennis M. Ogawa, komunikasi antar budaya adalah komunikasi antara orang-orang yang berbeda kebudayaan. Misalnya antara suku bangsa, etnik, ras dan kelas sosial. manusia dan membatasi mereka dalam menjalankan fungsinya sebagai kelompok (liliweri, 2021).

Sementara menurut Deddy Mulyana, komunikasi antar budaya (*Inter Cultural Communication*) adalah proses pertukaran fikiran dan makna antara orang-orang yang berbeda budayanya (Mulyana, 2023).

Masing-masing daerah memiliki keunikan tersendiri dalam mengolah serta menyajikan kopi. Salah satu jenis kopi tradisional yang unik adalah kopi tahlil, minuman yang biasa disajikan dalam acara tahlilan atau doa bersama untuk memperingati almarhum di kalangan masyarakat pekalongan.

Tahlilan merupakan upacara doa bersama yang umumnya dilakukan pada

hari ke-7, ke-40, hingga ke-1000 setelah seseorang meninggal. Dalam acara ini, kopi tahlil menjadi minuman yang tidak hanya memberikan rasa hangat, tetapi juga dipercaya membawa berkah bagi para peserta tahlilan. Menurut sejarah yang berkembang di masyarakat Pekalongan, Kopi tahlil merupakan pencampuran dua kebudayaan, yaitu budaya arab dan jawa (Prasetiani,2023). awalnya dibuat dan dijual pada tahun 2002 oleh seorang warga kota Pekalongan bernama Usman (Alfaticha,2019).

Kopi tahlil berbeda dari kopi biasa karena mengandung rempah-rempah khas yang menambah cita rasa dan aroma. Rempah-rempah seperti kayu manis, jahe, cengkeh, dan kapulaga memberi efek hangat serta menenangkan, yang sangat sesuai dengan suasana sakral tahlilan. Menjadikan kopi tahlil layak untuk di perkenalkan kepada khalayak yang lebih luas (Prasetian, 2023).

Dalam upaya memperkenalkan kopi tahlil kepada khalayak luas, media sosial dapat menjadi sarana efektif untuk mencapai masyarakat dari berbagai generasi. Media sosial hingga saat ini masih diminati untuk memperoleh informasi.

Dengan media sosial Setiap individu bisa mengakses, membuat hingga membagikan kembali informasi tersebut kepada khalayak. Media sosial tidak harus dimiliki oleh organisasi atau komunitas, media sosial bahkan dapat dikelola oleh individu. Mengingat dengan mudahnya media sosial di buat tanpa izin siapapun (Roy et al., 2020).

Media sosial juga sangat diminati berbagai kalangan generasi. Hanya saja terkadang orang tidak menyadari bahwa apa yang di posting di media sosial sekecil apapun akan berdampak kepada kehidupan. Saat ini penggunaan media sosial diminati oleh masyarakat dalam mencari informasi yang terkadang informasi tersebut di bagikan oleh individu yang bukan ahli dibidangnya (Nursanti et al., 2021).

Media sosial sebagai alat komunikasi yang didukung oleh kekuatan teknologi, sehingga memiliki banyak manfaat dalam rangka meningkatkan pemahaman terhadap sejarah kopi tahlil. Dengan media sosial

memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan interaktif.

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dalam memperkenalkan minuman tradisional kopi tahlil di media sosial. untuk membangun kesadaran publik mengenai kopi tahlil, baik dari segi sejarah, filosofi, maupun nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Dengan pengenalan kopi tahlil melalui media sosial dapat memperkaya wawasan masyarakat tentang keberagaman budaya Indonesia serta memperluas apresiasi terhadap tradisi lokal. Memasarkan minuman tradisional khas pekalongan ini.

2. METODE

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian. Harapan kami, dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peran kopi tahlil dalam budaya Pekalongan. Dengan demikian, pengetahuan baru mengenai makna dan fungsi kopi tahlil dapat diketahui oleh masyarakat luas.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan wawancara semi terstruktur dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang diajak wawancara diminta untuk berpendapat, dan ide-idenya. Dalam melakukan wawancara, perlu mendengarkan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan Hal ini tentunya akan membantu melestarikan warisan budaya tersebut dan membuatnya semakin populer di masa depan (Pahleviannur, et al., 2022:125).

Kemudian, Penelitian ini menggunakan metode Observasi partisipasi metode pengumpulan data yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan, sedangkan peneliti ikut terlibat dalam keseharian informan (Pahleviannur, et al., 2022:132).

Lincoln dan Guba (1985) mengemukakan ada tujuh Langkah dalam menggunakan wawancara untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian kualitatif, yaitu; Menetapkan kepada siapa wawancara itu akan dilakukan, Menyiapkan pokok-pokok masalah yang akan menjadi bahan pembicaraan, Mengawali atau membuka alur wawancara, Melangsungkan alur wawancara, Mengkonfirmasi ikhtisar hasil wawancara dan mengakhirinya, Menuliskan hasil wawancara ke dalam catatan lapangan, Mengidentifikasi tindak lanjut hasil wawancara yang telah diperoleh (Pahleviannur, et al., 2022:127).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, seperti TikTok, Instagram, dan Facebook, merupakan platform yang strategis untuk memperkenalkan kopi tahlil kepada khalayak luas. Media sosial memiliki jangkauan yang tidak terbatas dan mampu menarik perhatian dari berbagai generasi, dari muda hingga generasi tua, sehingga sangat tepat untuk menyebarkan informasi terkait kopi tahlil dan keunikannya.

Angka DataReportal menunjukkan terdapat 139 juta identitas pengguna media sosial aktif di Indonesia pada Januari 2024. Umlah pengguna media sosial di Indonesia pada awal tahun 2024 setara dengan 49,9 persen dari total populasi, namun perlu ditekankan bahwa pengguna media sosial mungkin tidak mewakili individu yang unik (lihat catatan rinci kami mengenai data untuk mengetahui alasannya). Umlah pengguna media sosial di Indonesia pada awal tahun 2024 setara dengan 49,9 persen dari total populasi, namun perlu ditekankan bahwa pengguna media sosial mungkin tidak mewakili individu yang unik (lihat catatan rinci kami mengenai data untuk mengetahui alasannya). Umlah pengguna media sosial di Indonesia pada awal tahun 2024 setara dengan 49,9 persen dari total populasi, namun perlu ditekankan bahwa pengguna media sosial mungkin tidak mewakili individu yang unik (kalodata.com, 2024).

Dengan membuat konten yang menarik, seperti video *storytelling* tentang

sejarah kopi tahlil. Membuat video pendek 1–2 menit yang menceritakan asal-usul kopi tahlil, termasuk sejarah kopi tahlil di Pekalongan dan peran minuman ini dalam tradisi tahlilan. Video ini bisa menampilkan narasi visual, foto-foto lama, atau cuplikan suasana tahlilan untuk menggambarkan nilai budaya dan religius yang melekat.

Selain itu, dengan membuat tutorial pembuatan kopi tahlil Konten berupa video langkah demi langkah tentang cara membuat kopi tahlil dari awal, termasuk penjelasan tentang bahan-bahan khasnya, seperti jahe, kayu manis, cengkeh, dan kapulaga. Video ini bisa disertai teks yang informatif tentang manfaat setiap rempah-rempah, sehingga *audiens* dapat memahami keunikan resep kopi tahlil sekaligus manfaat kesehatannya. Lalu *audiens* dapat membuatnya sendiri.

Lalu pembuatan Infografis tentang manfaat kesehatan kopi tahlil yang menarik dan mudah dipahami tentang manfaat kesehatan dari kopi tahlil. Misalnya, gambar tentang bagaimana jahe membantu pencernaan, kayu manis mendukung kesehatan jantung, dan kapulaga meredakan stres. Infografis ini dapat diunggah sebagai *feed* di Instagram atau sebagai *post* di Facebook, sehingga lebih mudah untuk dibagikan.

Pembuatan reels atau TikTok yang berisi tradisi tahlilan Membuat konten singkat di Reels Instagram atau TikTok yang menunjukkan suasana tahlilan, seperti kebersamaan dalam acara tersebut dan bagaimana kopi tahlil menjadi bagian dari acara ini. Konten ini bisa disertai narasi atau teks tentang makna tahlilan bagi masyarakat Pekalongan dan pentingnya minuman kopi tahlil dalam acara tersebut.

Selain itu, berkolaborasi dengan *influencer* atau konten kreator kuliner untuk mencoba kopi tahlil dan membagikan pengalaman mereka di media sosial. Mereka bisa membahas rasa kopi tahlil, proses pembuatannya, serta nilai budaya yang terkandung di dalamnya, sehingga menjangkau *audiens* yang lebih luas.

Untuk menciptakan interaksi kepada *audiens*, *live Session* atau IGTV tentang kopi tahlil dan budaya tahlilan dengan tokoh masyarakat atau ahli budaya dari Pekalongan untuk membahas tradisi

tahlilan dan kopi tahlil secara mendalam. Diskusi ini bisa diadakan dalam bentuk Q&A dengan *audiens*, memberikan informasi langsung serta meningkatkan interaksi dengan *audiens*.

Serta membuat kutipan inspiratif atau fakta singkat yang diunggah seb sebagai postingan harian dapat menjaga minat *audiens* terhadap kopi tahlil. Misalnya, kutipan dari tokoh budaya atau fakta menarik tentang kandungan rempah kopi tahlil yang berkhasiat untuk kesehatan.

4. KESIMPULAN

Media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Facebook merupakan platform yang efektif dan strategis untuk memperkenalkan kopi tahlil kepada masyarakat luas. Dengan berbagai bentuk konten menarik, mulai dari video *storytelling*, tutorial, infografis, hingga sesi interaktif, kopi tahlil dapat disampaikan sebagai lebih dari sekadar minuman tradisional; ia adalah simbol kebersamaan dan warisan budaya yang memiliki nilai kesehatan. Pemanfaatan media sosial juga memungkinkan masyarakat dari berbagai latar belakang dan generasi untuk lebih memahami dan menghargai kopi tahlil, serta memperkuat identitas budaya Indonesia di era digital. Dengan pendekatan yang tepat, kopi tahlil berpotensi menjadi minuman khas yang dikenal dan diapresiasi baik di dalam maupun luar negeri.

Kopi telah menjadi lebih dari sekadar minuman di Indonesia; ia adalah simbol komunikasi antar budaya yang mempertemukan orang-orang dari beragam latar belakang. Di setiap cangkir kopi yang disajikan, terjadi interaksi yang melintasi batas-batas suku, agama, dan status sosial, menjadikannya ruang terbuka untuk berbagi cerita, bertukar ide, dan memahami perbedaan. Kedai kopi, dari warung kecil hingga kafe modern, menjadi ruang inklusif di mana masyarakat dari berbagai daerah dan generasi duduk bersama, terikat dalam obrolan santai yang dipicu oleh aroma kopi yang khas.

Tradisi minum kopi di Indonesia mencerminkan kekayaan budaya dari seluruh pelosok nusantara, di mana setiap daerah memiliki cara tersendiri dalam menyajikan kopi. Kopi tahlil dari

Pekalongan, misalnya, tidak hanya menawarkan rasa unik dengan campuran rempah khas, tetapi juga menjadi bagian penting dari tradisi tahlilan yang mengandung nilai-nilai spiritual dan kebersamaan. Begitu pula kopi tubruk, kopi aceh, hingga kopi khas Toraja yang membawa cerita dan identitas daerah masing-masing.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih ucapkan kepada Universitas Muhammadiyah Jakarta. Selanjutnya kepada bu Siska Yuningsih S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen pengampu mata kuliah komunikasi antar budaya kelas I.

DAFTAR PUSTAKA

Alfaticha, A. (2019). Analisis kebutuhan buku pop-up wisata kuliner sebagai media pengenalan kearifan lokal kota pekalongan. *In National Seminar of PBI (English Language Education)* (pp. 59-71).

Efendi, S., Sunjaya, H., Purwanto, E., & Widiyanarti, T. (2024). Peran Komunikasi Antar Budaya dalam Mengatasi Konflik di Lingkungan Multikultural. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 1(4), 6-6.

Liliwari, Alo. (2021). *Komunikasi Antarbudaya: Definisi dan Model*. Depok: RajaGrafindo Persada.

Mulyana, Deddy. (2023). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nursanti, S., Dharta, F. Y., Syam, S. P., & Purnama, R. N. (2021). Pelatihan komunikasi efektif berbasis media sosial bersama ppni komisariat rsud karawang. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(5), 481-490.

Prasetyani, T. R. P. R., & Sutrisno, C. R. (2023). Analisis tingkat penerimaan kopi tahlil sebagai kuliner kearifan lokal: perspektif generasi milenial. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 278-284.

Pahleviannur, M. R., De Grave, A., Saputra, D. N., Mardianto, D., Hafriada, L., Bano, V. O., ... & Sinthania, D. (2022). Metodologi penelitian kualitatif. Pradina Pustaka.

Roy, K. C., Hasan, S., Sadri, A. M., & Cebrian, M. (2020). *Understanding the efficiency of social media based crisis communication during hurricane Sandy*. *International Journal of Information Management*.