

Abstrak

Penelitian ini mengkaji gaya hidup kuliner dan budaya konsumen dalam mengonsumsi Mie Gacoan di kalangan mahasiswa Yogyakarta melalui perspektif teori konsumerisme Jean Baudrillard. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan paradigma postmodern, data dikumpulkan melalui wawancara, terhadap mahasiswa Yogyakarta yang mengonsumsi Mie Gacoan secara rutin. Analisis data menggunakan teori konsumerisme Baudrillard yang melihat konsumsi sebagai proses pembentukan identitas dan status sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumsi Mie Gacoan di kalangan mahasiswa Yogyakarta tidak hanya didasari oleh kebutuhan fisiologis, tetapi juga dipengaruhi oleh gaya hidup, budaya konsumen, media sosial, dan keinginan untuk membangun identitas serta status sosial tertentu. Kesimpulan penelitian mengungkapkan bahwa konsumsi makanan merupakan fenomena sosial yang kompleks, di mana pilihan makanan menjadi simbol status, identitas, dan kapital sosial. Teori nilai-tanda Baudrillard dan konsep habitus Bourdieu menjelaskan bagaimana makanan memuat makna simbolis dan bagaimana preferensi makanan dipengaruhi oleh latar belakang sosial-budaya. Penelitian ini menegaskan bahwa konsumsi makanan terintegrasi dalam konteks sosial yang lebih luas, memainkan peran penting dalam pembentukan identitas individu dan kelompok, serta mencerminkan dinamika sosial yang kompleks.

Kata kunci: *Gaya Hidup Kuliner, Mie Gacoan, Jean Baudrillard, Budaya Konsumen.*

Abstract

This study examines the culinary lifestyle and consumer culture of consuming Mie Gacoan among students in Yogyakarta through the perspective of Jean Baudrillard's theory of consumerism. This research employs a qualitative descriptive method with a postmodern paradigm. Data were collected through interviews with Yogyakarta students who regularly consume Mie Gacoan. Data analysis utilizes Baudrillard's theory of consumerism, which views consumption as a process of identity and social status formation. The results show that the consumption of Mie Gacoan among Yogyakarta students is not only based on physiological needs but also influenced by lifestyle, consumer culture, social media, and the desire to build a certain identity and social status. The study concludes that food consumption is a complex social phenomenon, where food choices become symbols of status, identity, and social capital. Baudrillard's sign-value theory and Bourdieu's concept of habitus explain how food carries symbolic meanings and how food preferences are influenced by socio-cultural backgrounds. This research confirms that food consumption is integrated into a broader social context, playing a crucial role in the formation of individual and group identities, and reflecting complex social dynamics.

Keywords: Culinary Lifestyle, Mie Gacoan, Jean Baudrillard, Consumer Culture.