

POLA HUBUNGAN SOSIAL PADA KEBIASAAN “NGOPI” GENERASI Z

DI KOTA MAROS

(STUDI KASUS: PADA 2 *COFFEE SHOP* DI KOTA MAROS)

SOCIAL RELATIONSHIP PATTERNS IN GENERATION Z “NGOPI”

HABITS IN MAROS CITY

(CASE STUDY: AT 2 COFFEE SHOPS IN MAROS CITY)

MARIANA

E031191067



**DEPARTEMEN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

**POLA HUBUNGAN SOSIAL PADA KEBIASAAN “NGOPI”
GENERASI Z DI KOTA MAROS
(STUDI KASUS: PADA 2 *COFFEE SHOP* DI KOTA MAROS)**

SKRIPSI

MARIANA

E031191067



**SKRIPSI DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT GUNA
MEMPEROLEH DERAJAT KESARJANAAN PADA
DEPARTEMEN SOSIOLOGI**

**DEPARTEMEN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL : POLA HUBUNGAN SOSIAL PADA KEBIASAAN
NGOPI GENERASI Z DI KOTA MAROS (STUDI KASUS:
PADA 2 *COFFEE SHOP* DI KOTA MAROS)
NAMA : MARIANA
NIM : E031191067

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka penyelesaian studi Program Sarjana Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

Menyetujui,

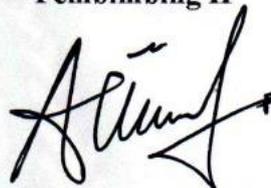
Pembimbing I



Dr. Muh. Iqbal Latief, M.Si.

NIP. 19651016 19900 2 1002

Pembimbing II



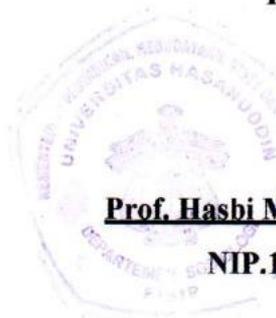
Arini Enar Lestari AR, S.Pd. M.Sos.

NIP. 19920130 201803 2 001

Menegatahui,

Kepala Departemen Sosiologi

FISIP UNHAS



Prof. Hasbi Marissangan, M.Si., Ph.D

NIP.19630827 199103 1 003

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka penyelesaian studi Program Sarjana Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

Oleh

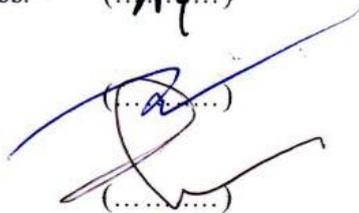
NAMA : MARIANA
NIM : E031191067
JUDUL : POLA HUBUNGAN SOSIAL PADA KEBIASAAN
NGOPI GENERASI Z DI KOTA MAROS (STUDI KASUS:
PADA 2 *COFFEE SHOP* DI KOTA MAROS)

Pada:

Hari/Tanggal: Jumat, 8 September 2023

Tempat: Ruang Rapat Departemen Sosiologi

Tim Evaluasi Skripsi

Ketua : Dr. Muh. Iqbal Latief M.Si. (...)
Sekretaris : Arini Enar Lestari AR, S.Pd., M.Sos. (...)
Anggota : Drs. Arsyad Genda, M.Si. (...)
Ridwan Syam, S.Sos., M.Si. (...)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : MARIANA

NIM : E031191067

JUDUL : POLA HUBUNGAN SOSIAL PADA KEBIASAAN
NGOPI GENERASI Z DI KOTA MAROS (STUDI
KASUS: PADA 2 *COFFEE SHOP* DI KOTA MAROS)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 8 September 2023




Mariana

HALAMAN PERSEMBAHAN

Kehidupan adalah serangkaian kejadian, kamu tidak akan tahu apa yang akan terjadi, kamu sebaiknya memanfaatkan kesempatan dan mendapatkan keberuntungan lalu menikmati kehidupan yang luar biasa.

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang tercinta:

Kedua orang tua hebat,

Saudara,

Keluarga,

Guru/Dosen,

Sahabat,

Teman,

Dan

Terkhusus Diriku Sendiri

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya, serta memberikan kesehatan dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pola Hubungan Sosial Pada Kebiasaan Ngopi Generasi Z Di Kota Maros (Studi Kasus: Pada 2 *Coffee Shop* Di Kota Maros)”. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh penulis untuk mendapat gelar sarjana. Melalui proses, karya sederhana ini tidak hadir dengan sendiri. Berkat dukungan dari berbagai pihak telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Keluarga besar** penulis yang telah memberi dukungan dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan karya ini. Terimakasih atas segala hal baik yang telah diberikan sehingga penulis dapat sampai pada titik ini. Khususnya kepada Ibu **Sabaria** yang telah mengandung dan melahirkan penulis serta kepada bapak **Sangkala** yang telah membesarkan dan memberikan nasihat yang sangat berarti, sosok yang telah mengajarkan arti kesabaran, keikhlasan dan pribadi yang kuat. Satu kaka baik hati dan super penyabar Risma terimakasih untuk selalu menjadi tempat curhat ternyaman, menjadi pendengar yang baik dan pemberi nasihat yang bijak serta limpahan kasih sayang tiada henti, juga kepada dua adik ganteng iful dan uki yang selalu memberi support dan doa terbaik.
2. **Bapak Dr. Muh. Iqbal Latief, M.Si** selaku dosen pembimbing I dan **Ibu Arini Enar Lestari AR, M.Sos** selaku dosen pembimbing II sekaligus

penasihat akademik, terimakasih telah membimbing penulis dan membantu untuk memperbaiki segala kekurangan dalam penulisan tugas akhir ini. Terimakasih yang sebesar-besarnya juga saya sampaikan kepada dosen penguji **Bapak Drs. Arsyad genda M.Si** dan bapak **Ridwan Syam, S.sos., M.Si** yang telah bersedia meluangkan waktunya.

3. **Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc** selaku Rektor Universitas Hasanuddin beserta jajarannya.
4. **Dr. Phil. Sukri, M.Si** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin beserta seluruh Jajarannya.
5. **Prof. Hasbi, M.Si, Ph.D** selaku Ketua Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
6. **Bapak dan Ibu Dosen** yang telah mendidik penulis dalam menempuh studi S1 di jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sehingga penulis bisa menyelesaikan studi dengan baik.
7. **Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik** serta Staf Departemen Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang turut membantu pengurusan administrasi penulis.
8. **Kemasos FISIP Unhas** yang turut membantu penulis dalam berorganisasi.
Bersatu dalam Kebenaran!
9. **INTUISI 19** yang selalu menjadi tempat berbagi dan mendapatkan semua informasi selama proses perkuliahan.

10. **HPPMI komisariat UNHAS-PNUP** yang telah menjadi wadah bagi penulis untuk berorganisasi dan menambah relasi pertemanan. Terimakasih untuk proses dan pengalaman yang berharga.
11. Untuk teman-teman **KKN Gel. 108 PS Lutim** yang telah kebersamai selama beberapa bulan, semoga dilancarkan segala urusannya.
12. Kepada **Indah** dan **Wito** dua manusia yang selalu memotivasi dan memberi semangat serta menjadi pendengar dan pendukung yang baik dalam segala hal. Begitu banyak pengalaman yang sangat luar biasa bersama kalian merupakan momen-momen yang tidak terlupakan dan akan selalu dirindukan. Jarak hanyalah pembatas tapi doa terbaik akan selalu ada untuk kalian ☐
13. Kepada **Aurora, isnay, manda, nicil, apri, amara, rana, anis** dan **adis** tim tetap waras yang awalnya hanya sebagai tempat mencaritahu dan memberi informasi tugas sampai menjadi tempat dan teman ngobrol yang menyenangkan. Semoga jalan kalian selalu mendapat ridho dan keberkahan, aamiin.
14. Kepada **Keluarga Besar Paramadina** yang telah menjadi rumah yang memberi kehangatan, rasa nyaman dan peluang untuk terus belajar berbagai banyak hal, sehingga bisa menyelesaikan study dan sampai pada titik ini.
15. **Informan penulis** yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi terkait objek yang diteliti penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

16. Kepada **teman-teman** semuanya yang tidak dapat saya tuliskan namanya, terimakasih atas segala bantuan dan dukungannya skripsi ini dapat terselesaikan.

Berkali-kali penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah menyertai proses penulis serta membantu penulis menyusun skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi penyempurnaan selanjutnya.

Makassar, 8 September 2023

Mariana

Abstrak

MARIANA, E031191067. Pola Hubungan Sosial Pada Kebiasaan Ngopi Generasi Z Di Kota Maros (Studi Kasus: Pada 2 Coffee Shop Di Kota Maros). Dibimbing oleh, Muh. Iqbal Latief dan Arini Enar Lestari AR. Departemen Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kebiasaan ngopi sebagai sarana interaksi sosial pada generasi Z di kota Maros dan untuk menjelaskan pola hubungan sosial pada kebiasaan ngopi generasi Z di kota Maros. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tipe deskriptif dengan studi kasus *Coffee Shop Berkah* dan *Coffee Shop Upnormal*. Teknik penentuan informan yang digunakan adalah *purposive sampling*. Mengenai teknik pengumpulan data dilakukan melalui proses observasi dan wawancara mendalam dengan jumlah informan delapan orang. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa aktivitas ngopi merupakan kebiasaan generasi Z di kota Maros sebagai sarana interaksi sosial. Makna aktivitas ngopi sebagaimana dikemukakan Mead juga ditemukan dalam penelitian ini. Hal ini dijelaskan pada tiga konsep yang pertama, pemaknaan terhadap kebiasaan ngopi (*konsep mind*) yang menjelaskan pemaknaan aktivitas ngopi sebagai wadah ngumpul, memanfaatkan waktu luang, mencari relasi baru dan mencari hiburan. Kedua, identifikasi diri (*self*) generasi Z yang menjelaskan konsep diri (*self*) yaitu menambah percaya diri dan menambah produktivitas. Ketiga, bentuk interaksi sosial (*konsep society*) yang menjelaskan bentuk konsep *society* pada aktivitas ngopi di *Coffee Shop* yaitu, rapat kerja, kerja tugas dan bazar. Kebiasaan ngopi tersebut kemudian membentuk suatu pola hubungan sosial yang dijelaskan berdasarkan konsep *cost* dan *reward* dalam tiga bentuk yang pertama, harga dan pelayanan. Kedua, *sharing* informasi. Ketiga, *sharing* relasi. Sebagai kesimpulan bahwa makna ngopi bagi generasi Z adalah sebuah ajakan untuk berkumpul di suatu tempat salah satunya di *Coffee Shop* untuk saling melakukan interaksi sosial dalam menyalurkan segala aspirasi dan inspirasi yang kemudian dapat membentuk suatu pola hubungan sosial yang dominan asosiatif. Dari hasil penelitian ini disarankan; (1) Bagi pemerintah agar mendukung ruang-ruang publik seperti *Coffee Shop* sebagai sarana interaksi sosial, (2) Bagi akademik untuk melakukan penelitian lanjutan khususnya mengenai pemanfaatan ruang publik sebagai sarana integrasi sosial, (3) Pemilik usaha agar mempertahankan citra yang baik bagi pelanggan.

Kata Kunci : Kebiasaan Ngopi, Generasi Z, Interaksi Sosial, Pola Hubungan Sosial

ABSTRACT

MARIANA, E031191067. *Patterns of Social Relationships in Generation Z's Coffee Habits in Maros City (Case Study: at 2 Coffee Shops in Maros City)*. Guided by, Muh. Iqbal Latief and Arini Enar Lestari AR. Department of Sociology, Faculty of Social and Political Sciences, Hasanuddin University.

This study aims to describe coffee habits as a means of social interaction in generation Z in Maros city and to explain the pattern of social relations in generation Z coffee habits in Maros city. This research uses qualitative method with descriptive type with case studies of Coffee Shop Berkah and Coffee Shop Upnormal. The informant determination technique used is purposive sampling. Regarding data collection techniques, it was carried out through a process of observation and in-depth interviews with eight informants. The data analysis technique used in this study is qualitative data analysis. The results of this study concluded that coffee activities are a habit of generation Z in the city of Maros as a means of social interaction. The meaning of coffee activity as stated by Mead was also found in this study. This is explained in the first three concepts, the meaning of coffee habits (mind concept) which explains the meaning of coffee activities as a place to gather, take advantage of free time, find new relationships and seek entertainment. Second, generation Z self-identification that explains self-concept, which is to increase self-confidence and increase productivity. Third, the form of social interaction (the concept of society) which explains the form of the concept of society in coffee activities at the Coffee Shop, namely, work meetings, assignment work and bazaars. The habit of coffee then forms a pattern of social relations that is explained based on the concept of cost and reward in the first three forms, price and service. Second, information sharing. Third, relationship sharing. In conclusion, the meaning of coffee for generation Z is an invitation to gather somewhere, one of which is in the Coffee Shop to carry out social interaction with each other in channeling all aspirations and inspirations which can then form a pattern of predominantly associative social relationships. From the results of this study it is suggested; (1) For the government to support public spaces such as Coffee Shop as a means of social interaction, (2) For academics to conduct further research, especially on the use of public space as a means of social integration, (3) Business owners to maintain a good image for customers.

Keywords: Coffee Habits, Generation Z, Social Interaction, Social Relationship Patterns

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABLE	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR DIAGRAM	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PIKIR	10
A. Kajian tentang Kebiasaan “Ngopi”	10
B. Kajian tentang Pola-Pola Hubungan Sosial dan Ciri-Ciri Generasi Z .	11
1. Hubungan Sosial.....	11
2. Generasi Z.....	14
C. Teori yang Digunakan	17
1. Teori Interaksionisme Simbolik	17
2. Teori Pertukaran Sosial.....	25
D. Penelitian Terdahulu.....	28
E. Kerangka Konseptual	33

BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Tipe Dan Dasar Penelitian	35
B. Waktu Dan Lokasi Penelitian	36
C. Teknik Penentuan Informan.....	37
D. Teknik Pengumpulan Data	38
E. Teknik Analisis Data	39
F. Pengujian Keabsahan Data	41
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI DAN OBJEK PENELITIAN	44
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	44
B. Gambaran Umum Objek Penelitian	65
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
A. Karakteristik Informan	67
B. Kebiasaan “Ngopi” sebagai sarana interaksi sosial pada generasi Z ...	73
1. Pemaknaan Terhadap Kebiasaan “Ngopi” (Konsep <i>Mind</i>).....	73
2. Identifikasi Diri (<i>Self</i>) Generasi Z	91
3. Bentuk Interaksi Sosial (Konsep <i>Society</i>)	95
C. Pola hubungan sosial pada kebiasaan “Ngopi” generasi Z.....	105
BAB VI PENUTUP	121
A. KESIMPULAN	121
B. SARAN.....	122
DAFTAR PUSTAKA	123
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	126
RIWAYAT HIDUP PENULIS	134

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 3.1 Waktu Pelaksanaan Kegiatan

Tabel 4.1 Fasilitas *Coffee Shop* Berkah

Tabel 4.3 Fasilitas *Coffee Shop* Unnormal

Tabel 5.1 Informan Penelitian

Tabel 5.2 Matriks Kebiasaan Ngopi Sebagai Sarana Interaksi Sosial

Tabel 5.3 Pola Hubungan Sosial Pada Kebiasaan Ngopi

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Skema Kerangka Konseptual
- Gambar 4.1 Lokasi *Coffee Shop* Berkah Maros (Sumber Google Maps)
- Gambar 4.2 Logo *Coffee Shop* Berkah
- Gambar 4.3 Struktur Organisasi *Coffee Shop* Berkah
- Gambar 4.4 Lokasi *Coffee Shop* Upnormal Maros (Sumber Google Maps)
- Gambar 4.5 Logo *Coffee Shop* Upnormal
- Gambar 4.6 Struktur Organisasi *Coffee Shop* Upnormal
- Gambar 5.1 Fasilitas tv *Coffee Shop* Upnormal
- Gambar 5.2 Fasilitas tv *Coffee Shop* Berkah
- Gambar 5.3 Fasilitas game *Coffee Shop* Upnormal
- Gambar 5.4 Fasilitas Mushollah *Coffee Shop* Berkah
- Gambar 5.4 Suasana *Coffee Shop* Berkah
- Gambar 5.5 Fasilitas *Privat Room* *Coffee Shop* Upnormal
- Gambar 5.6 Fasilitas Tempat Parkir *Coffee Shop* Berkah
- Gambar 5.7 Fasilitas Tempat Parkir *Coffee Shop* Upnormal

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1.1 Konsumsi Kopi di Indonesia

Diagram 4.1 Menu Makanan dan Snack Berkah

Diagram 4.2 Menu Minuman Berkah

Diagram 4.3 Menu Makanan Upnormal

Diagram 4.4 Menu Snack Upnormal

Diagram 4.5 Menu Minuman Upnormal

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

Lampiran 2. Dokumentasi Gambar

Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

Lampiran 3. Daftar Riwayat Hidup Penulis

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

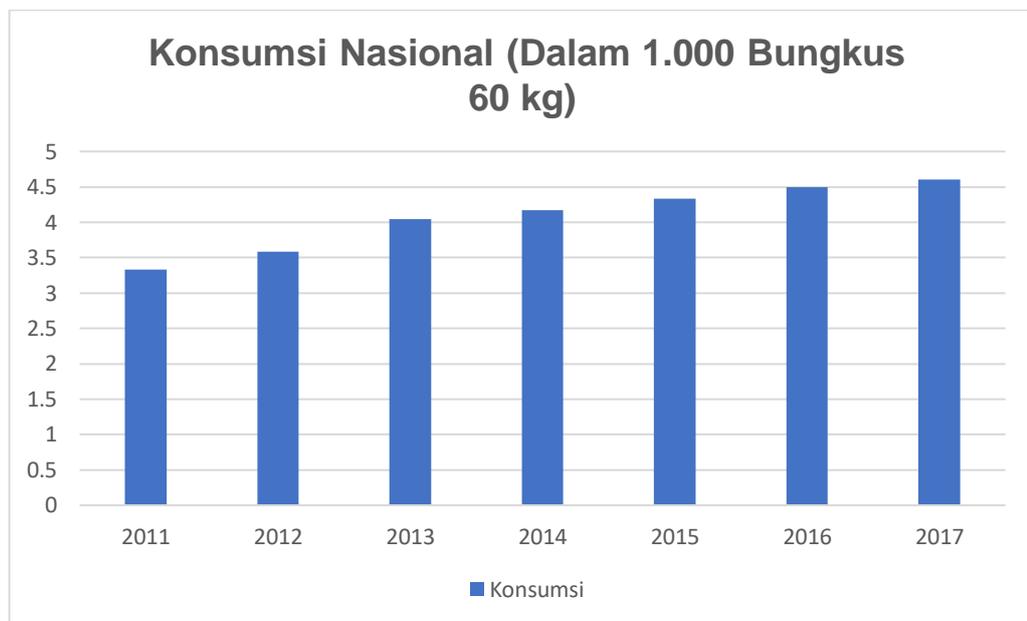
Kopi merupakan salah satu hasil komoditi perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi di antara tanaman perkebunan lainnya serta berperan penting sebagai sumber devisa negara, tak terkecuali di Indonesia. Setelah mengalami pasang-surut produktivitas kopi, pada era 2000-an kopi Indonesia mulai dikenal di kancah Internasional bahkan sukses menempati posisi keempat sebagai produsen kopi terbesar di bawah Brazil, Vietnam dan Kolombia. Sebagai salah satu negara penghasil kopi terbaik, produksi tahunan kopi di Indonesia saat ini mencapai 600 ribu ton serta mampu menyuplai tujuh persen kebutuhan kopi dunia (Bihamding, 2019: 19).

Beragam jenis cita rasa kopi Indonesia yang berkualitas, membawa reputasi harum nama kopi Indonesia di mata dunia seperti jenis Arabika (Gayo Sumatera, Kintamani Bali, Ijeng Raung Jawa, Toraja, Flores Bajawa), maupun jenis Robusta (Lampung, Dampit Jawa, Temanggung, Pupuan Bali, Flores, Toraja), jenis Liberika (Rangsang Meranti Riau, libtukom Jambi), serta jenis Exelsa (Tanjung Jabung Barat Jambi, Wonosalam Jawa) (Kustiari, 2016: 25).

Kebiasaan masyarakat Indonesia dalam mengonsumsi kopi terus meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan data ICO (2017) konsumsi lokal di Indonesia meningkat diatas 8% setiap tahunnya. Jauh diatas pertumbuhan

secara global yang hanya meningkat sebanyak 6%. Peningkatan di Indonesia bisa dilihat pada diagram berikut.

Diagram 1.1 Konsumsi Kopi di Indonesia



Sumber: *International Coffee Organization* (<https://www.ico.org>). 2017

Terjadinya peningkatan jumlah konsumsi kopi pada masyarakat di Indonesia menyebabkan jumlah produksi ikut meningkat dari waktu ke waktu. Hasil pertanian kopi dalam negeri pada tahun 2017 mencapai 691 ribu ton atau meningkat 16% dari tahun sebelumnya dan akan terus meningkat seiring berjalannya waktu (Utami & Kamilia, 2017: 32).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tuhusna (2015), tentang Budaya “Ngopi” di Kedai Kopi Pada Masyarakat Aceh di Kecamatan Banda Mulia Kabupaten Kabupaten Aceh Tamiang) mendapatkan hasil bahwa Masyarakat Aceh terbiasa dengan minum kopi di warung kopi, karena sudah

dianggap minuman khas tradisional yang sangat populer. Selain itu, aktivitas lain yang dilakukan adalah sosialisasi dengan warga sekitar tempat tinggal yang ada di Kecamatan Banda Mulia yang saling berbagi informasi tentang berita nasional dan politik, serta sebagai sarana berkumpul untuk menjalin silaturahmi dan keakraban sesama warga.

Budaya minum kopi pada Masyarakat Aceh di Kecamatan Banda Mulia Kabupaten Aceh Tamiang ternyata sudah ada sejak lama dari kehadiran produk lokal yang terkenal yaitu jenis Gayo yang merupakan tanaman khas Aceh. Kopi Gayo sudah sangat terkenal dengan aroma khas dan cita rasa yang berbeda daripada jenis yang lain. Bukan hanya tanamannya yang berkualitas, tetapi cara pembuatan minumannya pada Masyarakat Aceh berbeda dengan pembuat kopi lain. Cara pembuatannya masih tradisional dan menjaga cita rasa khas dari aromanya dengan menggunakan air yang mendidih serta penyaringan tanpa ampas.

Pada dasarnya seduhan kopi khas Indonesia adalah jenis tubruk (serbuk yang langsung diseduh menggunakan air panas), namun di beberapa daerah tertentu banyak pecinta Indonesia yang memberikan sentuhan khas pada minuman mereka. Seiring perkembangan zaman kemajuan teknologi juga semakin maju salah satunya ditandai dengan perkembangan produksi yang semakin meningkat sehingga kopi mudah ditemukan dimana saja (Gumulya & Helmi, 2017: 158).

Berbicara mengenai kopi maka tidak terlepas dengan tempat yang menawarkan atau menjual aneka minuman ini atau lebih akrab disebut warung

kopi. Bagi sebagian besar masyarakat, mengunjungi warung kopi telah menjadi kebutuhan dan kebiasaan. Salah satu contohnya, yakni kebiasaan ngopi (aktivitas mengonsumsi kopi) di warung kopi bagi sebagian masyarakat yang ingin mengisi waktu luang setelah atau sebelum menjalani rutinitas. Kebiasaan ini sangat kental di beberapa warung kopi Indonesia. Obrolan yang terdengar biasa adalah kejadian terbaru di kota yang diselipi sedikit pembicaraan mengenai bisnis terbaru (Raditya, 2020: 23).

Seiring perkembangannya kini warung kopi menjadi sebuah tempat yang penting untuk menghabiskan waktu luang maupun beraktifitas sehari-hari. Bahkan telah memiliki peran yang benar-benar memberikan ruang untuk berkreasi, berdiskusi dan hiburan. Tetapi dalam beberapa hal, juga didirikan dengan latar belakang yang berbeda. Lebih jauh lagi, aktivitas ini, membentuk kultur dan kebiasaan baru dalam berbagai sektor kehidupan, misalnya ekonomi dan sosial.

Bagi sebagian penikmat kopi, menikmati secangkir kopi merupakan hal yang biasa dilakukan untuk melepaskan kepenatan. Bahkan bisa dijadikan sarana atau media untuk mengembalikan fisik yang lelah dan membangkitkan gairah untuk berpikir lebih positif. Untuk sebagian lainnya aktivitas ini lebih dari itu, tetapi bagaimana interaksi yang menyertai di dalam aktivitas minum kopi akan berdampak lebih luas. Misalnya para pebisnis atau pegawai kantor menikmati secangkir kopi untuk mengadakan rapat, berhubungan dengan relasi lain atau menciptakan suasana baru di luar lingkungan kerja, sekelompok atau

perorangan menjadikan warung kopi sebagai tempat pencarian hidup, sumber informasi dan bersosialisasi (Haryanto, 2020).

Hampir semua orang di dunia mengenal kopi, diminum untuk mengawali hari, tidak lengkap rasanya tanpa menyeruput minuman yang berwarna hitam itu. Kopi adalah jenis minuman yang mampu memberikan cita rasa unik, bahkan tidak sedikit orang menjadi kecanduan karena cita rasa kopi yang memiliki kandungan kafein dalam kopi itu sendiri. Kafein memang disukai karena fungsinya yang dapat menghilangkan rasa kantuk, mengurangi kebosanan, meningkatkan semangat kerja serta sangat membantu meningkatkan kewaspadaan bagi yang sedang beraktivitas menyetir ataupun bekerja di waktu malam. Kafein dipercaya juga dapat mengurangi derita sakit kepala dan dapat membantu untuk dapat berpikir lebih cepat (Krisnayana, 2020: 34).

Hingga kini kebiasaan ngopi telah menjadi tanda yang mengukuhkan keberadaan realitas yang baru bagi masyarakat, bertemunya beragam orang, suku, agama, lembaga, status sosial dan bahkan identitas yang multikultur. Dalam pandangan yang lebih luas, juga bagian dari subkultur yang mempertemukan berbagai budaya dan identitas baru. Tetapi minum kopi juga bukan sekadar soal keakraban, didalamnya kerap terjadi pertukaran informasi, wacana dan pengembangan wawasan, bahkan hiburan sekalipun.

Di era modern maupun post modern sekarang ini baik di kota, kabupaten maupun kecamatan keberadaan warung kopi sudah menjadi bagian dari kehidupan sosial masyarakat bahkan telah berubah nama menjadi *Coffee Shop*.

Awal mulanya menyediakan tempat untuk minum kopi dengan cepat. Akan tetapi, karena perkembangan dan banyaknya minat dari pelanggan yang semakin lama semakin meningkat dan tidak ada habisnya, sehingga berkembanglah menjadi seperti sekarang ini.

Coffee Shop ini dikategorikan ke dalam restoran yang informal dan terkadang buka hingga 24 jam. Juga merupakan tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non alkohol lainnya dalam suasana santai, tempat yang nyaman dan dilengkapi dengan alunan musik, baik itu lewat *audio* ataupun *live music*, desain interior khas, pelayanan yang ramah dan beberapa di antaranya menyediakan koneksi *internet nirkabel* atau *wifi*.

Saat ini *Coffee Shop* sudah menjadi lahan bisnis yang menjanjikan, pertumbuhannya di Indonesia telah menjamur diberbagai kota-kota besar dan kota-kota kecil. Salah satunya di kota Maros beberapa tahun belakangan ini, rutinitas minum kopi di kota Maros bisa dikatakan semakin bertumbuh. Hal ini terlihat pada observasi awal yang peneliti lakukan.

Melihat aktivitas yang ada di *Coffee Shop*, kini muncul menjadi sebuah identitas yang melekat bagi para penikmatnya, tidak hanya kenikmatan rasa semata, gaya hidup dan gaya yang khas, tetapi kini fungsinya semakin mendapatkan tempat di hati masyarakat. Kebiasaan minum kopi merupakan salah satu pilihan gaya hidup sekelompok masyarakat dari berbagai kalangan, profesi dan generasi. Kebiasaan minum kopi yang dulunya didominasi kalangan orang tua ini ternyata telah berkembang pada komunitas baru yang disebut generasi Z (Kelahiran tahun 1995-2010).

Generasi Z memandang bahwa minum kopi adalah aktivitas di mana mereka tidak hanya dapat berbaur dan berinteraksi sosial tetapi juga, mereka telah membawa perubahan dalam hal preferensi kopi, pernyataan mode, berkomunikasi atau gaya hidup. Kebutuhan terhadap aktivitas kopi menjadi titik fokus bagi mereka, di mana mereka sudah terbiasa. Sebagai cerminan terhadap faktor kebutuhan, kedai kopi tercermin dalam aktivitas atau interaksi positif di mana diperlukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, yang berarti tindakannya harus memiliki tujuan (Malini, 2021: 16).

Di kalangan generasi Z, menikmati secangkir kopi bisa dikatakan bermakna apabila dilakukan di *Coffee Shop* sambil diselingi dengan diskusi kecil, mereka selalu melakukan interaksi sosial dengan cara bertemu yang kemudian telah menjadi kebiasaan. Hal sama yang ingin diketahui penulis terkait bagaimana kebiasaan ngopi sebagai sarana interaksi sosial pada generasi Z di kota Maros? Serta bagaimana kebiasaan ngopi tersebut membentuk suatu pola hubungan sosial?.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pola Hubungan Sosial Pada Kebiasaan Ngopi Generasi Z Di Kota Maros (Study Kasus: Pada 2 *Coffee Shop* Di Kota Maros”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kebiasaan “Ngopi” sebagai sarana interaksi sosial pada generasi Z di kota Maros?
2. Bagaimana pola hubungan sosial pada kebiasaan “Ngopi” generasi Z di kota Maros?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk menggambarkan kebiasaan “Ngopi” sebagai sarana interaksi sosial pada generasi Z di kota Maros.
2. Untuk menjelaskan pola hubungan sosial pada kebiasaan “Ngopi” generasi Z di kota Maros.

D. Manfaat Penelitian

Dari tujuan penelitian tersebut maka penelitian ini diharapkan memiliki manfaat, sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan berguna untuk mengembangkan dan menambah pengetahuan yang telah ada tentang pola hubungan sosial pada kebiasaan ngopi generasi Z serta dapat disajikan sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara praktis

a. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dan menambah kepustakaan ilmu serta dapat meningkatkan hubungan sosial masyarakat khususnya generasi Z di Kabupaten Maros.

b. Bagi pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan pemerintah sebagai bahan pertimbangan dalam menyiapkan wadah-wadah yang nyaman bagi masyarakat dalam melakukan interaksi untuk memperkuat hubungan sosial.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA FIKIR

A. Kajian Tentang Kebiasaan “Ngopi”

Kebiasaan ngopi termasuk dalam aktivitas meminum kopi untuk melepas dahaga dan penghangat tubuh dari udara dingin, namun saat ini masyarakat sudah menganggap kopi diluar konteks fisik minuman, namun lebih kearah sosial individu dan komunitas. Karena saat ini, dengan minum kopi orang tidak hanya butuh penghilang dahaga namun lebih kearah motivasional seperti semangat, kebersamaan atau anti-stres, sumber inspirasi, dsb. (Budiyanti, 2022: 12).

Kebiasaan ngopi bahkan sudah sangat populer dalam kalangan masyarakat. Ngopi bukan hanya dilakukan oleh orang tua saja akan tetapi anak muda jaman sekarang juga sangat menyukai minum kopi. Mereka akan cenderung berkumpul sembari berdiskusi, hal ini kemudian memberi ruang kepada para pengusaha sehingga mereka berlomba-lomba untuk terus meningkatkan fasilitas dan tempatnya (Krisnayana, 2020: 37).

Generasi Z menganggap bahwa minum kopi adalah gaya hidup dan mereka melakukannya atas dasar kebutuhan sosial untuk berbaur dengan teman dalam suasana dan situasi yang santai. Tentunya, mereka berpikir bahwa rasa kopinya juga harus enak. Namun, perkembangan pesat *Coffee Shop* dengan gaya yang unik juga telah menumbuhkan gaya hidup dan budaya di mana bagi mereka wajib untuk melakukan aktivitas ngopi minimal seminggu sekali (Malini, 2021: 23).

Perkembangan *Coffee Shop* dan aktivitas ngopi masyarakat yang begitu meningkat menjadi latar belakang mengapa di kota Maros saat ini banyak di jumpai dengan pelanggan yang begitu ramai, bahkan saat malam haripun masih sangat ramai dikunjungi. Untuk menarik minat pelanggan agar ramai berbondong-bondong datang maka fasilitasnya ditingkatkan mulai dari *wifi*, *LCD*, dan proyektor. Aktivitas pelanggan juga beragam mulai dari hanya sekedar makan dan minum, ngobrol, berdiskusi, main game, mengerjakan tugas, nonton, sampai rapat organisasi atau komunitas. Aktivitas ngopi dapat dikatakan telah beralih fungsi menjadi rumah kedua bagi keluarga yang sering melakukan aktivitas ngopi, menjadi kampus kedua bagi mahasiswa yang melakukan kegiatan kampus, menjadi kantor bagi pekerja yang sedang mengadakan rapat.

Kebiasaan ngopi tidak sekedar ngopi saja atau hanya dijadikan ajang mencari hiburan akan tetapi digunakan pula sebagai tempat bertukar pikiran, berdiskusi hingga menjadi tempat belajar, oleh karena itu kebiasaan ngopi ini yang kemudian menimbulkan yang namanya pola hubungan sosial karena dalam kebiasaan ngopi terdapat berbagai macam aktivitas yang berbeda-beda.

B. Kajian Tentang Pola-Pola Hubungan Sosial dan Ciri-Ciri Generasi Z

1. Hubungan Sosial

a. Pengertian hubungan sosial

Hubungan sosial merupakan interaksi atau hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan-hubungan antara orang perorangan,

antara kelompok-kelompok manusia, maupun antara orang perorangan dengan kelompok manusia (Soekanto, 2012).

Hubungan sosial sangat perlu penyesuaian diri yang baik, agar kita dapat bergaul dengan orang lain dan merupakan hakikat dari penyesuaian sosial. Bergaul dengan baik artinya mengembangkan hubungan yang sehat dan ramah, senang bersahabat dengan orang lain, menghargai hak, pendapat, kepribadian orang lain dan terutama sangat menghargai integritas pribadi dan nilai sesama manusia.

b. Ciri-ciri hubungan sosial

1) Hubungan sosial dilakukan lebih dari 1 orang

Hubungan sosial dapat terjadi jika dilakukan lebih dari 1 orang untuk dapat berkomunikasi. Misalnya, 2 orang berinteraksi dan berkomunikasi, kemudian terjadi hubungan timbal balik.

2) Adanya tujuan yang jelas

Dalam melakukan hubungan sosial, tentunya ada tujuan bersama yang ingin dicapai, misalnya Ina dan Dita berkomunikasi tentang tugas kelompok sekolah, mereka saling berinteraksi untuk berunding masalah tugas kelompok. Maka tujuan dari Ina dan Dita melakukan hubungan sosial adalah untuk berunding dan menyelesaikan tugas kelompoknya.

3) Komunikasi terjadi secara langsung

Bentuk komunikasi dalam hubungan sosial dapat berupa lisan maupun isyarat (gerakan bahasa).

4) Adanya dimensi waktu dalam terjadinya hubungan sosial

Dimensi waktu dalam hubungan sosial yaitu masa lalu, masa kini dan masa mendatang. Maka dimensi waktu bertujuan untuk menunjukkan bahwa hubungan sosial sedang berlangsung saat itu.

c. Jenis-jenis hubungan sosial

1) Proses asosiatif

a) Kerja sama adalah usaha bersama yang dilakukan antar individu maupun kelompok untuk mencapai tujuan bersama-sama. Kerjasama dapat semakin kuat dalam kelompok sosial jika terdapat ancaman dari luar. Begitu juga sebaliknya, kerjasama dapat terhambat apabila masing-masing individu saling memaksakan pendapatnya dan tidak ada kekompakan.

b) Akomodasi merupakan upaya individu atau kelompok dalam saling mengurangi ketegangan konflik guna menciptakan keseimbangan antar individu atau kelompok. Adapun bentuk-bentuk akomodasi yaitu sebagai berikut.

- (1) Arbitrasi (adanya pihak ketiga sebagai penengah sekaligus pembuat solusi/keputusan dalam konflik)
- (2) Ajudikasi (pengadilan)
- (3) Toleransi (sikap saling menghargai dalam masyarakat)
- (4) Stalemate (adanya kekuatan seimbang antar kelompok konflik, sehingga konflik dapat berhenti dengan sendirinya)
- (5) Mediasi (pihak ketiga sebagai penengah konflik)
- (6) Koersi (memberikan bantuan kepada pihak yang lemah)

- (7) Kompromi (bentuk penyelesaian konflik dengan adanya upaya masing-masing pihak untuk mengurangi tuntutan)
- (8) Konsiliasi (usaha mempertemukan pihak-pihak yang bertikai untuk mencapai suatu kesepakatan)
- c) Asimilasi adalah proses berbaurnya satu kebudayaan dengan kebudayaan lain yang menghasilkan kebudayaan baru serta hilangnya ciri khas kebudayaan asli.
- d) Akulturasi adalah pencampuran dua kebudayaan atau lebih, tetapi tanpa menghilangkan unsur kebudayaan asli kelompok itu sendiri.

2) Proses disosiatif

- a) Persaingan, bentuk proses sosial disosiatif, dimana individu atau kelompok berusaha bersaing untuk mencari keuntungan atau keberhasilan tanpa menggunakan ancaman maupun kekerasan.
- b) Kontravensi, merupakan bentuk proses sosial disosiatif yang berada diantara persaingan dan pertentangan. Kontravensi biasanya menunjukkan sikap ketidaksenangan antar satu sama lain.
- c) Pertentangan atau konflik adalah adanya perbedaan pendapat dan kepentingan antar individu maupun kelompok.

2. Generasi Z

Jika sebelumnya kita hanya mengenal generasi tua dan generasi muda yang didasari oleh tahun kelahiran serta perasaan senasib dalam pengalaman perjalanan sejarah, generasi kini berkembang dalam kategori baby boomers, generasi X, generasi Y (kelahiran tahun 1981-1994), dan

generasi Z (kelahiran tahun 1995-2010). Pengelompokan ini adalah pengelompokan berdasarkan kesamaan rentang tahun lahir, lokasi, serta peristiwa-peristiwa yang memengaruhi secara signifikan kehidupan kelompok tersebut. Artinya generasi adalah kelompok individu yang mengalami peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama (Putra, 2016: 125).

Generasi Z adalah generasi global pertama yang nyata, mereka telah tumbuh di lingkungan yang tidak pasti dan kompleks yang mempengaruhi pandangan mereka mengenai pekerjaan, belajar dan dunia. Mereka cenderung berbeda dalam hal, berorientasi karir, generasi profesional yang ambisius, memiliki kemampuan teknis dan pengetahuan bahasa pada tingkat tinggi (Elmore, 2014).

Seiring berkembangnya zaman dan pengetahuan, perpindahan generasi dari generasi pun terjadi. Hal tersebut menyebabkan banyaknya perbedaan diantara mereka, baik dalam hal keseharian, kepribadian, teknologi, ataupun pengetahuan. Dalam teori generasi (*Generation Theory*) yang dikemukakan oleh Graeme Codrington & Sue Grant-Marshall (2004), menyatakan bahwa terdapat 5 generasi manusia berdasarkan tahun kelahirannya, yaitu:

- a. Generasi *Baby Boomer*, lahir 1946-1964.
- b. Generasi X, lahir tahun 1965-1980.
- c. Generasi Y, lahir tahun 1981-1994, sering disebut sebagai Generasi Millennial.

- d. Generasi Z, lahir tahun 1995-2010, sering disebut juga sebagai *iGeneration*, *Generasi Net*, ataupun *Generasi Internet*).
- e. Generasi Alpha, lahir tahun 2011-2025.

Adapun ciri-ciri Generasi Z

- 1) Generasi Z adalah generasi digital yang mahir dan telah terbiasa akan teknologi informasi dan berbagai aplikasi digital. Informasi yang dibutuhkan untuk kepentingan Pendidikan maupun pribadi agar dapat diakses dengan cepat dan mudah.
- 2) Sangat suka dan sering berkomunikasi dengan semua kalangan khususnya lewat jejaring sosial seperti *facebook*, *twitter* atau *SMS*. Melalui media ini mereka jadi lebih bebas berekspresi dengan apa yang dirasa dan dipikir secara spontan.
- 3) Cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan di sekitarnya.
- 4) Terbiasa dengan berbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Misalnya membaca, berbicara, menonton dan mendengarkan musik secara bersamaan. Hal ini karena mereka menginginkan segala sesuatu serba cepat, tidak bertele-tele dan berbelit-belit.
- 5) Cenderung kurang dalam berkomunikasi secara verbal, cenderung egosentris dan individualis, cenderung ingin serba instan, tidak sabaran, dan tidak menghargai proses.

C. Teori yang Digunakan

1. Teori Interaksionisme Simbolik

Konsep teori interaksi simbolik ini diperkenalkan oleh Herbert Blumer sekitar tahun 1939. Dalam lingkup sosiologi, ide ini sebenarnya sudah lebih dahulu dikemukakan George Herbert Mead, tetapi kemudian dimodifikasi oleh blumer guna mencapai tujuan tertentu. Teori ini memiliki ide yang baik, tetapi tidak terlalu dalam dan spesifik sebagaimana diajukan G.H. Mead (Ritzer, 2012).

Interaksi simbolik didasarkan pada ide-ide tentang individu dan interaksinya dengan masyarakat. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. Definisi yang mereka berikan kepada orang lain, situasi, objek dan bahkan diri mereka sendiri yang menentukan perilaku manusia. Dalam konteks ini, makna dikonstruksikan dalam proses interaksi dan proses tersebut bukanlah suatu medium netral yang memungkinkan kekuatan-kekuatan sosial memainkan perannya, melainkan justru merupakan substansi sebenarnya dari organisasi sosial dan kekuatan sosial (Ritzer, 2012).

Menurut teori Interaksi simbolik, kehidupan sosial pada dasarnya adalah interaksi manusia yang menggunakan simbol-simbol, mereka tertarik

pada cara manusia menggunakan simbol-simbol yang merepresentasikan apa yang mereka maksudkan untuk berkomunikasi dengan sesamanya. Dan juga pengaruh yang ditimbulkan dari penafsiran simbol-simbol tersebut terhadap perilaku pihak-pihak yang terlihat dalam interaksi sosial.

Secara ringkas Teori Interaksionisme Simbolik didasarkan pada premis-premis berikut:

- a. Individu merespon suatu situasi simbolik, mereka merespon lingkungan termasuk obyek fisik (benda) dan Obyek sosial (perilaku manusia) berdasarkan media yang dikandung komponen-komponen lingkungan tersebut bagi mereka.
- b. Makna adalah produk interaksi sosial, karena itu makna tidak melihat pada obyek, melainkan dinegosiasikan melalui penggunaan bahasa, negosiasi itu dimungkinkan karena manusia mampu mewarnai segala sesuatu bukan hanya objek fisik, tindakan atau peristiwa (bahkan tanpa kehadiran objek fisik, tindakan atau peristiwa itu) namun juga gagasan yang abstrak.
- c. Makna interpretasi individu dapat berubah dari waktu ke waktu, sejalan dengan perubahan situasi yang ditemukan dalam interaksi sosial, perubahan interpretasi dimungkinkan karena individu dapat melakukan proses mental, yakni berkomunikasi dengan dirinya sendiri.

Karya tunggal Mead yang amat penting dalam hal ini terdapat dalam bukunya yang berjudul *Mind, Self dan Society*. Mead mengambil tiga konsep kritis yang diperlukan dan saling mempengaruhi satu sama lain untuk

menyusun sebuah teori interaksionisme simbolik. Tiga konsep itu dan hubungan di antara ketiganya merupakan inti pemikiran Mead, sekaligus *key words* dalam teori tersebut. Interaksionisme simbolis secara khusus menjelaskan tentang bahasa, interaksi sosial dan reflektivitas.

a. *Mind* (Pikiran)

Pikiran, yang didefinisikan Mead sebagai proses percakapan seseorang dengan dirinya sendiri, tidak ditemukan di dalam diri individu, pikiran adalah fenomena sosial. Pikiran muncul dan berkembang dalam proses sosial dan merupakan bagian integral dari proses sosial. Proses sosial mendahului pikiran, proses sosial bukanlah produk dari pikiran. Jadi pikiran juga didefinisikan secara fungsional ketimbang secara substantif. Karakteristik istimewa dari pikiran adalah kemampuan individu untuk memunculkan dalam dirinya sendiri tidak hanya satu respon saja, tetapi juga respon komunitas secara keseluruhan itulah yang kita namakan pikiran.

Melakukan sesuatu berarti memberi respon terorganisir tertentu, dan bila seseorang mempunyai respon itu dalam dirinya, ia mempunyai apa yang kita sebut pikiran. Dengan demikian pikiran dapat dibedakan dari konsep logis lain seperti konsep ingatan dalam karya Mead melalui kemampuannya menanggapi komunitas secara menyeluruh dan mengembangkan tanggapan terorganisir. Mead juga melihat pikiran secara pragmatis, yakni pikiran melibatkan proses berpikir yang mengarah pada penyelesaian masalah.

Menurut Mead “manusia mempunyai sejumlah kemungkinan tindakan dalam pemikirannya sebelum ia melakukan tindakan yang sebenarnya”. Berfikir menurut Mead adalah suatu proses dimana individu berinteraksi dengan dirinya sendiri dengan mempergunakan simbol-simbol yang bermakna. Melalui proses interaksi dengan diri sendiri itu, individu memilih yang mana diantara stimulus yang tertuju kepadanya itu akan ditanggapinya.

Simbol juga digunakan dalam proses berpikir subyektif, terutama simbol-simbol bahasa. Hanya saja simbol itu tidak dipakai secara nyata, yaitu melalui percakapan internal. Serupa dengan itu, secara tidak kelihatan individu itu menunjuk pada dirinya sendiri mengenai diri atau identitas yang terkandung dalam reaksi-reaksi orang lain terhadap perilakunya. Maka, kondisi yang dihasilkan adalah konsep diri yang mencakup kesadaran diri yang dipusatkan pada diri sebagai obyeknya.

Isyarat sebagai simbol-simbol signifikan tersebut muncul pada individu yang membuat respon dengan penuh makna. Isyarat-isyarat dalam bentuk ini membawa pada suatu tindakan dan respon yang dipahami oleh masyarakat yang telah ada. Melalui simbol-simbol itulah maka akan terjadi pemikiran. Esensi pemikiran dikonstruksi dari pengalaman isyarat makna yang terinternalisasi dari proses eksternalisasi sebagai bentuk hasil interaksi dengan orang lain. Oleh karena itu, perbincangan isyarat memiliki makna, maka stimulus dan respon memiliki kesamaan untuk semua partisipan.

Makna itu dilahirkan dari proses sosial dan hasil dari proses interaksi dengan dirinya sendiri. Menurut Mead terdapat empat tahapan tindakan yang saling berhubungan yang merupakan satu kesatuan dialektis. Keempat hal elementer inilah yang membedakan manusia dengan binatang yang meliputi impuls, persepsi, manipulasi dan konsumsi.

- 1) Impuls adalah tahap paling awal dalam keempat tahap diatas. Dia adalah reaksi yang paling awal dimana dia berfungsi untuk dirinya sendiri. Impuls melibatkan stimulasi inderawi secara langsung dimana respon yang diberikan oleh *actor* adalah bertujuan untuk kebutuhan dirinya sendiri. Contohnya adalah ketika seseorang mempunyai keinginan untuk menonton film di bioskop.
- 2) Persepsi adalah tahapan kedua, dimana dia adalah pertimbangan, bayangan maupun pikiran terhadap bagaimana cara untuk bisa memenuhi impuls. Dalam tahapan ini, *actor* memberikan respon atau bereaksi terhadap stimulus yang berkaitan dengan impuls tadi. Misal, berkaitan dengan contoh impuls diatas, ketika seseorang ingin menonton film di bioskop, maka dia akan mencari
- 3) Manipulasi adalah tahapan selanjutnya yang masih berhubungan dengan tahap-tahap sebelum. Dalam tahapan ini actor mengambil tindakan yang berkaitan dengan obyek yang telah dipersepsikan. Bagi Mead, tahapan ini menciptakan jeda temporer dalam proses tersebut, sehingga suatu respon tidak secara langsung dapat terwujud.

4) Konsumsi adalah upaya terakhir untuk merespon impuls. Dalam tahapan ini, dengan adanya pertimbangan maupun pemikiran secara sadar, *actor* dapat mengambil keputusan atau tindakan yang umumnya akan berorientasi untuk memuaskan impuls yang ada di awal tadi.

b. *Self* (Diri)

Diri, menurut Mead merupakan ciri khas dari manusia yang tidak dimiliki oleh binatang. Diri adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah objek dari perspektif yang berasal dari orang lain atau masyarakat. Tapi diri juga merupakan kemampuan khusus sebagai subjek. Diri muncul dan berkembang melalui aktivitas interaksi sosial dan bahasa. Menurut Mead, mustahil membayangkan diri muncul dalam ketiadaan pengalaman sosial. Karena itu ia bertentangan dengan konsep diri yang soliter dari *Cartesian Picture*. *The self* juga memungkinkan orang berperan dalam percakapan dengan orang lain karena adanya *sharing of symbol*. Artinya, seseorang bisa berkomunikasi, selanjutnya menyadari apa yang dikatakannya dan mampu menyimak apa yang sedang dikatakan dan menentukan atau mengantisipasi apa yang akan dikatakan selanjutnya.

Mead menggunakan istilah *significant gestures* (isyarat-isyarat yang bermakna) dan *significant communication* dalam menjelaskan bagaimana orang berbagi makna tentang simbol dan merefleksikannya. Berbeda dengan binatang, anjing yang menggonggong mungkin akan

memunculkan reaksi pada anjing yang lain, tapi reaksi itu hanya sekedar insting yang tidak pernah diantisipasi oleh anjing sebelumnya. Dalam kehidupan manusia kemampuan mengantisipasi dan memperhitungkan orang lain merupakan ciri khas kelebihan manusia.

Jadi *the self* berkaitan dengan proses refleksi diri, yang secara umum sering disebut sebagai *self control* atau *self monitoring*. Melalui refleksi diri menurut Mead individu mampu menyesuaikan dengan keadaan dimana mereka berada sekaligus menyesuaikan dari makna dan efek tindakan yang mereka lakukan. Dengan kata lain orang secara tidak langsung menempatkan diri mereka dari sudut pandang orang lain. Sudut pandang demikian maka orang memandang dirinya sendiri dapat menjadi individu khusus atau menjadi kelompok sosial sebagai satu kesatuan.

c. *Society* (Masyarakat)

Pada tingkat paling umum, Mead menggunakan istilah masyarakat (*society*) yang berarti proses sosial tanpa henti mendahului pikiran dan diri. Penting bagi masyarakat dalam membentuk pikiran dan diri. Tingkat lain menurut Mead, masyarakat mencerminkan sekumpulan tanggapan terorganisir yang diambil alih oleh individu dalam bentuk “aku” (*me*). Menurut pengertian individu ini masyarakat mempengaruhi mereka, memberi mereka kemampuan melalui kritik diri untuk mengendalikan diri mereka sendiri. Sumbangan terpenting Mead tentang masyarakat terletak dalam pemikirannya mengenai pikiran dan diri.

Dalam konsep teori Herbert Mead tentang interaksionisme simbolik terdapat prinsip-prinsip dasar yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Manusia dibekali kemampuan berpikir, tidak seperti binatang.
- 2) Kemampuan berpikir ditentukan oleh interaksi sosial individu.
- 3) Dalam berinteraksi sosial, manusia belajar memahami simbol-simbol beserta maknanya yang memungkinkan manusia untuk memakai kemampuan berpikirnya.
- 4) Makna dan simbol memungkinkan manusia untuk bertindak (khusus dan sosial) dan berinteraksi.
- 5) Manusia dapat mengubah arti dan simbol yang digunakan saat berinteraksi berdasarkan penafsiran mereka terhadap situasi.
- 6) Manusia memiliki kesempatan untuk melakukan modifikasi dan perubahan karena berkemampuan berinteraksi dengan diri yang hasilnya adalah peluang tindakan dan pilihan tindakan.
- 7) Pola tindakan dan interaksi yang saling berkaitan akan membentuk kelompok bahkan masyarakat. Pada intinya perhatian utama dari teori interaksionisme simbolik adalah tentang terbentuknya kehidupan bermasyarakat melalui proses interaksi serta komunikasi antar individu dan antar kelompok dengan menggunakan simbol-simbol yang dipahami melalui proses belajar.

2. Teori Pertukaran Sosial

Teori pertukaran adalah teori yang berkaitan dengan tindakan sosial yang saling memberi atau menukar objek-objek yang mengandung nilai antar-individu berdasarkan tatanan sosial tertentu. Adapun objek yang dipertukarkan itu bukanlah benda yang nyata, melainkan hal-hal yang tidak nyata. Ide tentang pertukaran itu juga menyangkut perasaan sakit, beban hidup, harapan, pencapaian sesuatu dan pernyataan-pernyataan antar-individu. Dengan demikian, ide tentang pertukaran itu sangat luas tetapi inklusif (Ritzer, 2012).

Teori *exchange* yang dibangun George Homans merupakan reaksi terhadap paradigma fakta sosial, terutama ide yang dikemukakan oleh Durkheim. Reaksi Homans terhadap Durkheim terbagi dalam tiga hal:

Pertama, pandangan tentang *emergence*. Homans mengakui dan menerima sebagian konsep yang menyatakan selama berlangsungnya proses interaksi, timbul suatu fenomena baru. Namun, Homans mempersoalkan cara menerangkan fenomena yang timbul dari proses interaksi tersebut. Menurut Homans, untuk menjelaskan sifat fenomena baru yang muncul akibat interaksi tersebut tidak perlu dibuat preposisi baru, karena akan melebihi dari yang diperlukan dalam melihat tingkah laku yang sederhana.

Kedua, pandangan tentang sosiologi. Teori yang disusun Durkheim pada akhir abad ke-19, dihadapkan dengan konsep yang sangat primitif. Asumsi saat itu bahwa sifat manusia sama secara universal dan

menfokuskan pada bentuk-bentuk tingkah laku yang bersifat instingtif. Namun, saat ini sungguh berbeda dengan zamannya Durkheim. Sekarang ini sudah berdiri sendiri dan bukan lagi anak angkat psikologi seperti Durkheim pada zamannya.

Ketiga, metode penjelasan. Durkheim mengatakan bahwa objek studi sosiologi adalah barang sesuatu dan sesuatu yang dianggap sebagai barang. Barang sesuatu ini dapat dijelaskan bila ditemukan faktor penyebabnya atau fakta sosial dapat dijelaskan bila ditemukan fakta sosial lain yang menjadi penyebabnya. Homans sependapat jika fakta sosial selalu menjadi penyebab dari fakta sosial lain. Namun, penemuan penyebab belum merupakan suatu penjelasan. Homans berpendapat, bahwa yang perlu dijelaskan adalah hubungan antara penyebab dan akibat dari hubungannya itu. Dalam menjelaskan mengapa suatu fakta sosial menjadi penyebab dari fakta sosial yang lain.

Konsep teori pertukaran sosial juga menekankan adanya suatu konsekuensi dalam pertukaran baik yang berupa ganjaran materil, misalnya yang berupa barang maupun spiritual yang berupa pujian. Selanjutnya untuk terjadinya pertukaran sosial harus ada persyaratan yang harus dipenuhi diantaranya; 1) Suatu perilaku atau tindakan harus berorientasi pada tujuan-tujuan yang hanya dapat tercapai lewat interaksi dengan orang lain. 2) Suatu perilaku atau tindakan harus bertujuan untuk memperoleh sarana bagi pencapaian tujuan-tujuan yang dimaksud. Dengan demikian gambaran syarat-syarat pertukaran sosial, manusia pada

hakikatnya memiliki tujuan yang mau dicapai dan tujuan itulah yang menjadi standar ketika seseorang membangun suatu hubungan dengan orang lain, baik hubungan persahabatan, pernikahan dan lain sebagainya (Ritzer, 2012)..

Ciri khas teori pertukaran yang menonjol adalah *cost and reward*. Dalam berinteraksi manusia selalu mempertimbangkan *cost* (biaya atau pengorbanan) dengan *reward* (penghargaan atau manfaat) yang diperoleh dari interaksi tersebut. Jika *cost* tidak sesuai dengan *reward*-nya, maka salah satu pihak yang mengalami disertai seperti ini akan merasa kesal dan menghentikan interaksinya, sehingga hubungan sosialnya akan mengalami kegagalan. Inti teori pertukaran Homans terletak pada kumpulan proposisi-proposisi dasar yang menerangkan setidaknya dua individu yang berinteraksi. Ia mencoba menjelaskan perilaku sosial mendasar dilihat dari sudut hadiah dan biaya. Homans beranggapan bahwa dalam melihat perilaku sosial manusia, maka yang harus diamati adalah individu atau dua individu yang saling berinteraksi dan pengamatan ini harus dilakukan dengan hati-hati (Mighfar, 2015).

D. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Temuan Penelitian
1	Laila Tuhusna (2015)	Budaya “Ngopi” Di Kedai Kopi Pada Masyarakat Aceh Di Kecamatan Banda Mulia Kabupaten Aceh Tamiang	Metode penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif. Masyarakat Aceh terbiasa dengan minum kopi di kedai kopi, karena hal ini sudah dianggap minuman khas tradisional yang sangat populer. Selain itu, aktivitas di kedai kopi adalah sosialisasi dengan warga sekitar tempat tinggal yang ada di Kecamatan Banda Mulia yang saling berbagi informasi tentang berita nasional dan politik, serta kedai kopi yang berada di Kecamatan Banda Mulia sebagai sarana berkumpul untuk menjalin silaturahmi dan kearaban sesama warga.

2	Muhammad Yusnan Patoreang (2018)	Fungsi Warung Kopi Sebagai Ruang Publik (Kasus Konsumen Pada Warung Kopi 51 Kota Makassar)	Metode penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif. Perilaku pelanggan Warkop 51 adalah membentuk suatu gaya hidup. Secara khusus adalah bersantai dengan meminum kopi sambil nonton lewat <i>tv cable</i> yang tersedia, berdiskusi atau ngobrol sambil minum kopi, maupun menggunakan laptop atau <i>gadget</i> sambil minum kopi.
3	Muhammad Azhari Mutaqin (2021)	Peran Kedai Kopi Sebagai Sarana Interaksi Sosial Anak Muda Kota Banjarmasin	Metode penelitian kualitatif deskriptif. Kedai kopi merupakan satu dari sarana yang ada di Kota Banjarmasin yang sangat digandrungi oleh kaum muda, khususnya pada Kawasan perkotaan, kedai kopi selalu ramai oleh pengunjung anak muda. Peran kedai kopi tentu saja memiliki dampak positif bagi pengunjung, satu diantaranya yakni sebagai

			tempat melakukan aktivitas seperti berinteraksi antar teman sebayanya.
--	--	--	--

1. LailaTuhusna (2015)

Jurnal yang ditulis oleh Laila Tuhusna yang berjudul “Budaya “Ngopi” Di Kedai Kopi Pada Masyarakat Aceh Di Kecamatan Banda Mulia Kabupaten Aceh Tamiang”. Hasil dari penelitian ini adalah tentang budaya minum kopi pada Masyarakat Aceh di Kec. Banda Mulia Kab. Aceh Tamiang sudah ada sejak lama dan populernya tanaman kopi Gayo khas Aceh membuat minum kopi semakin diminati kalangan dewasa. Aktivitas yang dilakukan di kedai kopi yang ada di Kec. Banda Mulia adalah pelanggan sebelum melakukan aktivitas sehari-hari wajib untuk singgah ke kedai kopi dan minum kopi dengan membaca koran sebagai bahan bacaan dan diskusi berupa berita politik dan jenis kopi yang digemari adalah kopi khas Gayo dan sanger (kopi ditambah susu).

Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana kebiasaan ngopi sebagai sarana interaksi sosial pada generasi Z di kota Maros dan bagaimana pola hubungan sosial pada kebiasaan ngopi generasi Z di kota Maros. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori interaksionisme simbolik dan teori pertukaran sosial.

2. Muhammad Yusnan Patoreang (2018)

Skripsi yang ditulis oleh Muhammad Yusnan Patoreang yang berjudul “Fungsi Warung Kopi Sebagai Ruang Publik (Kasus Konsumen Pada Warung Kopi 51 Kota Makassar)”. Hasil dari penelitian ini melihat bagaimana fungsi warung kopi sebagai ruang publik serta mengkaji bagaimana bentuk interaksi para pengunjung di warung kopi 51 Makassar.

Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana kebiasaan ngopi sebagai sarana interaksi sosial pada generasi Z di kota Maros dan bagaimana pola hubungan sosial pada kebiasaan ngopi generasi Z di kota Maros. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori interaksionisme simbolik dan teori pertukaran sosial.

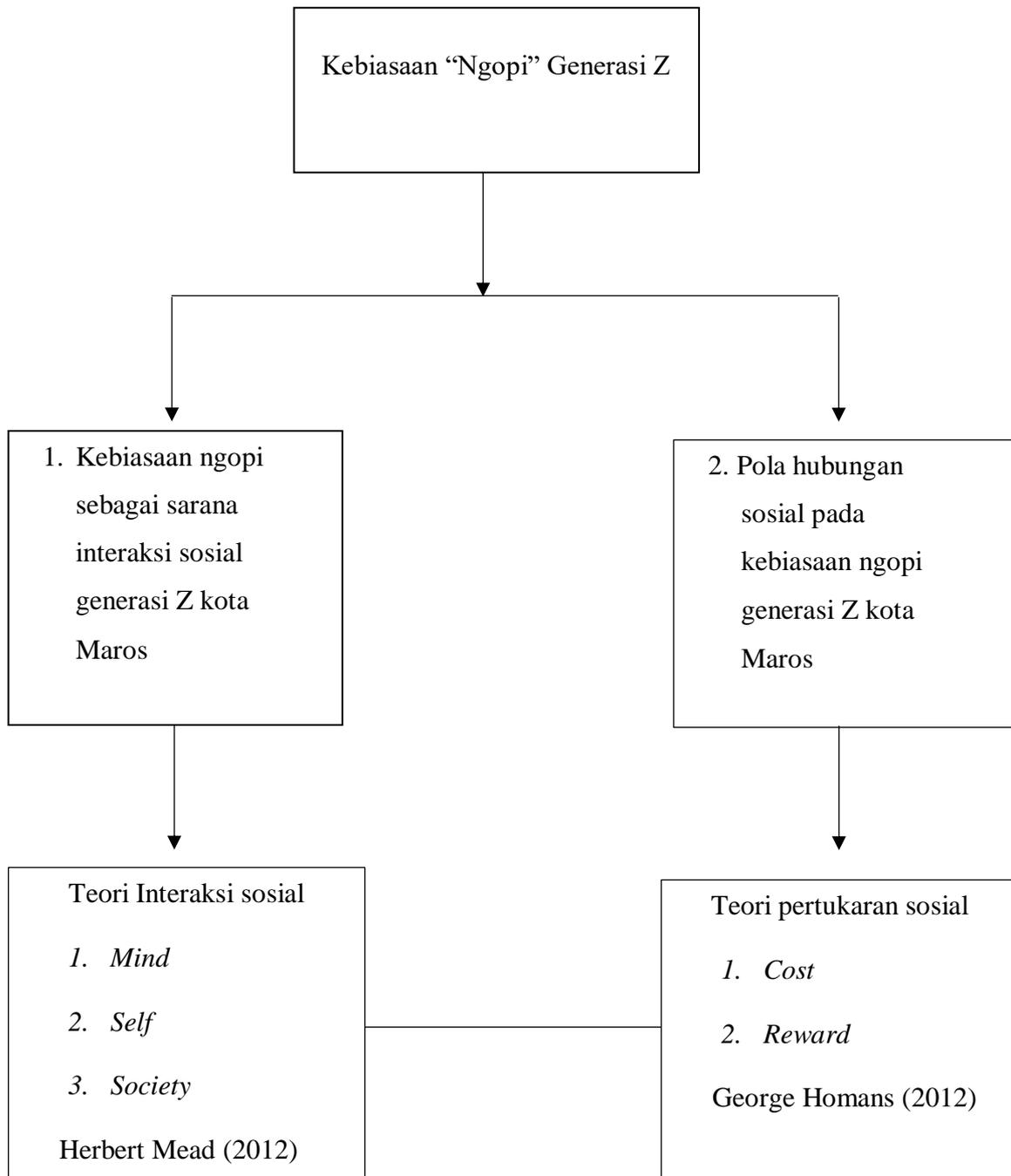
3. Muhammad Azhari Mutaqim (2021)

Jurnal yang ditulis oleh Muhammad Azhari Mutaqim yang berjudul “Peran Kedai Kopi Sebagai Sarana Interaksi Sosial Anak Muda kota Banjarmasin”. Berdasarkan judul penelitian peneliti mendapatkan hasil bahwa kedai kopi memiliki banyak kegiatan interaksi yang dilakukan oleh anak muda Kota Banjarmasin di kedai kopi. Kegiatan yang dilakukan pengunjung tidak hanya sebatas memesan minuman dan makanan semata, akan tetapi juga terdapat banyak jenis kegiatan yang dilakukan pengunjung sehingga mereka biasanya menghabiskan waktu yang cukup lama untuk berada di kedai kopi. Aktivitas yang sering dilihat jika berada di kedai kopi yakni kegiatan interaksi sosial antar individu yang dilakukan pengunjung ataupun pelayan kedai kopi.

Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana kebiasaan ngopi sebagai sarana interaksi sosial pada generasi Z di kota Maros dan bagaimana pola hubungan sosial pada kebiasaan ngopi generasi Z di kota Maros. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori interaksionisme simbolik dan teori pertukaran sosial.

E. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1 Skema Kerangka Konseptual



Gambar bagan diatas menjelaskan alur pikir penelitian yang akan dilakukan di dua *Coffee Shop* di kota Maros. Penelitian ini dilakukan pada generasi Z (kelahiran 1995-2010) kota Maros. Generasi Z atau gen Z kota Maros merupakan anak-anak muda yang senantiasa mengikuti perkembangan zaman dan kemajuan teknologi oleh karena itu juga mengikuti hal-hal yang sangat populer di kalangan masyarakat yaitu kebiasaan ngopi. Generasi Z sangat senang dalam hal melakukan aktivitas tersebut, dengan kebiasaan ini maka sering terjadi interaksi diantara mereka. Namun, didalam kebiasaan interaksi tersebut tentunya akan memunculkan pola hubungan sosial. Maka penelitian ini akan mengkaji terkait bagaimana pola hubungan sosial pada kebiasaan ngopi generasi Z di kota Maros.