

Pengalaman Mahasiswa Universitas PGRI Semarang dalam Menikmati Es Kopi Kekinian

Wildan Alfarizi ¹, Arif Dwi Kurniawan ², Raulys Sijabat³
Universitas PGRI Semarang ^{1,2,3}

*Email wildanalfarizi941@gmail.com, arifkurnia238@gmail.com, raulysijabat@upgris.ac.id

Sejarah Artikel:

Diterima 23-12-2025
Disetujui 03-01-2026
Diterbitkan 05-01-2026

ABSTRACT

This study, using a qualitative approach, aims to explore in-depth the subjective experiences of students at Universitas PGRI Semarang when enjoying contemporary iced coffee, including their feelings, perceptions, meanings, and emotional experiences. Phenomenology is used to understand the essence of a person's life experiences through direct descriptions of their experiences. Data collection techniques were conducted using in-depth interviews. Based on the research results and discussion regarding the experiences of Universitas PGRI Semarang students in enjoying contemporary iced coffee, it can be concluded that the activity of drinking coffee has a broader meaning than simply consuming the beverage. Students' experiences of enjoying contemporary iced coffee are shaped by three main aspects: sensory, emotional, and social experiences. From a sensory perspective, students consider the taste, aroma, and quality of the coffee as important factors in determining satisfaction. From an emotional perspective, contemporary iced coffee provides a sense of comfort and relaxation, and helps reduce stress caused by academic pressure. Meanwhile, from a social perspective, drinking coffee serves as a means to socialize, discuss, and strengthen friendships. Furthermore, social media plays a role in introducing new trends and coffee shops, although students still consider comfort and personal preferences in making their choices. Overall, contemporary iced coffee is interpreted as part of the UPGRIS student lifestyle, linked to self-identity, comfort, and togetherness.

Keywords: Drinking Coffee; Students

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam pengalaman subjektif mahasiswa di Universitas PGRI Semarang ketika menikmati es kopi kekinian meliputi perasaan, persepsi, makna, serta pengalaman emosional yang mereka alami. Fenomenologi digunakan untuk memahami esensi pengalaman hidup seseorang melalui deskripsi pengalaman langsung. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode Wawancara Mendalam (In-depth Interview). Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengalaman mahasiswa Universitas PGRI Semarang dalam menikmati es kopi kekinian, dapat disimpulkan bahwa aktivitas ngopi memiliki makna yang lebih luas daripada sekadar mengonsumsi minuman. Pengalaman mahasiswa dalam menikmati es kopi kekinian terbentuk dari tiga aspek utama, yaitu pengalaman sensorik, emosional, dan sosial. Dari aspek sensorik, mahasiswa menilai rasa, aroma, dan kualitas kopi sebagai faktor penting dalam menentukan kepuasan. Dari aspek emosional, es kopi kekinian memberikan rasa nyaman, rileks, serta membantu mengurangi stres akibat tekanan akademik. Sementara itu, dari aspek sosial, aktivitas ngopi menjadi sarana untuk bersosialisasi, berdiskusi, dan mempererat hubungan pertemanan. Selain itu, media sosial memiliki peran dalam mengenalkan tren dan kedai kopi baru, meskipun mahasiswa tetap mempertimbangkan kenyamanan dan preferensi pribadi dalam menentukan pilihan. Secara keseluruhan, es kopi kekinian dimaknai sebagai bagian dari gaya hidup mahasiswa UPGRIS yang berkaitan dengan identitas diri, kenyamanan,

dan kebersamaan.

Katakunci: Minum Kopi; Mahasiswa

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Alfarizi, W., Kurniawan, A. D. ., & Sijabat, R. (2026). Pengalaman Mahasiswa Universitas PGRI Semarang dalam Menikmati Es Kopi Kekinian. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(1), 1419-1429. <https://doi.org/10.63822/wcx52j75>

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, tren es kopi kekinian semakin populer di kalangan anak muda, terutama mahasiswa. Minuman kopi yang dulu identik dengan orang tua atau pekerja kantoran, kini sudah menjadi bagian dari gaya hidup generasi muda. Di berbagai tempat, termasuk di sekitar kampus Universitas PGRI Semarang (UPGRIS), kita bisa dengan mudah menemukan kedai kopi modern seperti Kopi Kenangan, Janji Jiwa, Fore Coffee, hingga kedai lokal buatan mahasiswa sendiri. Es kopi kekinian kini bukan hanya sekadar minuman pelepas dahaga, tapi sudah menjadi bagian dari identitas sosial dan gaya hidup mahasiswa masa kini.

Sebagai mahasiswa, banyak dari kita yang menikmati kopi bukan hanya karena rasanya yang enak atau efek segarnya, tapi juga karena pengalaman yang dirasakan saat menikmatinya. Misalnya, nongkrong di kafe bersama teman, nugas sambil ngopi, atau sekadar ingin posting foto kopi di media sosial. Aktivitas sederhana ini sering kali memberi rasa nyaman, semangat, bahkan bisa jadi “me time” di tengah kesibukan kuliah. Menurut penelitian Pratama dan Nugraha (2022), konsumsi kopi di kalangan mahasiswa tidak hanya karena kebutuhan, tetapi juga karena adanya keinginan untuk terlihat mengikuti tren sosial yang sedang berkembang di media digital.

Fenomena ini menarik karena kopi kekinian bukan hanya soal rasa, tetapi juga soal pengalaman. Tiap mahasiswa memiliki pengalaman berbeda saat menikmati kopi—mulai dari rasa yang unik, suasana tempat yang cozy, pelayanan yang ramah, sampai interaksi sosial yang terjadi di kedai. Beberapa mahasiswa mungkin menikmati kopi karena rasa manis dan aromanya yang khas, sementara yang lain lebih menyukai suasananya yang nyaman untuk mengerjakan tugas atau sekadar bersantai. Hal-hal kecil seperti ini menjadi bagian dari pengalaman konsumen yang penting untuk dipahami. Selain itu, perkembangan media sosial juga punya peran besar dalam membentuk tren es kopi kekinian. Banyak mahasiswa yang mengetahui merek atau varian kopi baru lewat TikTok, Instagram, dan Twitter. Konten seperti review rasa, promo, hingga suasana tempat sering kali membuat orang tertarik untuk mencoba. Penelitian Fitriani dan Yusuf (2022) menjelaskan bahwa anak muda sering mengaitkan konsumsi kopi dengan citra diri, di mana minum kopi kekinian dianggap sebagai bagian dari gaya hidup modern dan produktif. Hal ini memperlihatkan bahwa perilaku konsumsi kopi tidak hanya didorong oleh faktor kebutuhan, tapi juga oleh nilai-nilai sosial dan emosional.

Khusus di lingkungan UPGRIS, kedai kopi juga menjadi tempat favorit mahasiswa untuk berkumpul, berdiskusi, bahkan mengerjakan tugas kelompok. Di sinilah pengalaman setiap individu mulai terbentuk—ada yang merasa termotivasi saat ngopi sambil belajar, ada yang merasa rileks, dan ada juga yang sekadar ingin menikmati suasana santai setelah kuliah. Pengalaman ini bersifat subjektif dan berbeda-beda pada tiap orang, sehingga menarik untuk diteliti lebih dalam.

Melalui pendekatan fenomenologi, penelitian ini akan mencoba memahami makna dan pengalaman mahasiswa UPGRIS ketika menikmati es kopi kekinian. Pendekatan ini digunakan karena lebih menekankan pada pengalaman nyata dan perasaan individu terhadap suatu fenomena. Jadi, peneliti tidak hanya melihat dari sisi perilaku konsumsi, tetapi juga mencoba memahami makna emosional dan sosial yang dirasakan mahasiswa ketika menikmati es kopi kekinian tersebut.

Dari fenomena tersebut, penulis merasa penting untuk meneliti bagaimana mahasiswa UPGRIS merasakan pengalaman mereka saat menikmati es kopi kekinian. Apakah mereka lebih fokus pada rasa dan kualitas kopi, suasana tempat, interaksi sosial, atau justru nilai-nilai simbolik seperti tren dan gaya hidup modern. Dengan memahami pengalaman konsumen ini, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang bagaimana mahasiswa memaknai aktivitas sederhana seperti “ngopi” dalam

keseharian mereka. Selain bermanfaat secara akademis, penelitian ini juga bisa memberikan masukan bagi pelaku usaha kopi, khususnya kedai kopi yang banyak berdiri di sekitar kampus, agar bisa lebih memahami kebutuhan dan pengalaman konsumen muda. Dengan begitu, mereka bisa meningkatkan pelayanan, suasana, dan inovasi produk yang lebih sesuai dengan karakter mahasiswa masa kini.

METODE PELAKSANAAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam pengalaman subjektif mahasiswa UPGRIS ketika menikmati es kopi kekinian meliputi perasaan, persepsi, makna, serta pengalaman emosional yang mereka alami. Fenomenologi digunakan untuk memahami esensi pengalaman hidup seseorang melalui deskripsi pengalaman langsung.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Universitas PGRI Semarang (UPGRIS) di kampus, dan beberapa kedai kopi kekinian yang sering dikunjungi mahasiswa, seperti Kopi Kenangan, Janji Jiwa, Dikala Coffe, KOV coffe.

Waktu penelitian berlangsung pada November–Desember 2025.

Subjek dan Informan Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa aktif UPGRIS yang memiliki kebiasaan mengonsumsi es kopi kekinian minimal dua kali dalam sebulan.

Teknik penentuan informan menggunakan purposive sampling, yaitu memilih informan berdasarkan kriteria tertentu, yaitu:

- a. Mahasiswa aktif UPGRIS.
- b. Mengonsumsi es kopi kekinian secara rutin.
- c. Bersedia diwawancarai dan mampu menjelaskan pengalamannya.

Jumlah informan ditentukan dengan prinsip saturation, yaitu wawancara dihentikan ketika informasi yang diperoleh mulai berulang.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode Wawancara Mendalam (In-depth Interview) Digunakan untuk menggali pengalaman, perasaan, persepsi, dan makna es kopi kekinian bagi mahasiswa.

Wawancara bersifat semi-terstruktur agar peneliti dapat mengeksplorasi informasi secara fleksibel.

Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian fenomenologi menggunakan tahapan menurut Creswell, yaitu:

- a. Mengorganisasi Data
Mengumpulkan seluruh data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi.
- b. Membaca dan Mengulang Data
Peneliti membaca seluruh transkrip wawancara untuk memahami gambaran umum pengalaman informan.
- c. Membuat Kode (Coding)

Mengelompokkan data menjadi tema seperti pengalaman sensorik, emosi, sosial, suasana kafe, dan makna minum kopi.

- d. Menyusun Deskripsi Tekstural
Menggambarkan apa yang dialami informan ketika menikmati es kopi kekinian.
- e. Menyusun Deskripsi Struktural
Menggambarkan bagaimana pengalaman itu terjadi dan faktor apa yang mempengaruhinya.
- f. Menemukan Esensi Pengalaman
Menarik makna inti dari keseluruhan pengalaman mahasiswa UPGRIS dalam menikmati es kopi kekinian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Informan

Penelitian ini melibatkan satu informan utama bernama Bayu Rico, mahasiswa aktif Universitas PGRI Semarang Program Studi Teknik Sipil. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling karena memiliki kebiasaan rutin mengonsumsi es kopi kekinian dan mampu menjelaskan pengalamannya secara mendalam. Bayu Rico mengonsumsi es kopi kekinian sekitar 3–4 kali dalam seminggu, terutama untuk menunjang konsentrasi dalam menyelesaikan tugas kuliah. Kedai kopi yang sering dikunjungi antara lain KOV Coffee, Dikala Coffee, dan Beli Kopi. Aktivitas ngopi sudah menjadi bagian dari keseharian informan, baik untuk kebutuhan akademik maupun sosial.

Hasil Penelitian

Untuk mempermudah penyajian dan pemahaman data hasil penelitian, peneliti menyusun data yang diperoleh dari wawancara mendalam ke dalam bentuk tabel. Penyajian data dalam tabel ini bertujuan untuk merangkum fokus temuan penelitian, keterkaitan antara pertanyaan wawancara dengan konsep penelitian, serta realitas yang ditemukan di lapangan berdasarkan pengalaman informan. Dengan adanya tabel ini, diharapkan pembaca dapat melihat gambaran umum mengenai strategi mahasiswa dalam mengelola bisnis di tengah aktivitas perkuliahan secara lebih sistematis dan terstruktur.

Tabel.1 Hasil Wawancara Informan

Variabel Penelitian	Narasumber	Pertanyaan	Konseptualisasi	Realitas
Kebiasaan Konsumsi Kopi	Bayu Rico	Bisa ceritakan kebiasaan Anda dalam mengonsumsi es kopi kekinian?	Intensitas konsumsi kopi mahasiswa	Informan mengonsumsi es kopi kekinian sekitar 3–4 kali dalam seminggu sebagai penunjang konsentrasi dalam menyelesaikan tugas kuliah Teknik Sipil.
Alasan Memilih Kedai Kopi	Bayu Rico	Di mana saja biasanya Anda membeli kopi dan apa alasannya?	Faktor pemilihan tempat konsumsi kopi	Informan memilih KOV Coffee karena rasa kopi yang kuat, Dikala karena suasana outdoor yang nyaman, dan Beli Kopi

				karena praktis serta harga terjangkau.
Preferensi Produk Kopi	Bayu Rico	Apa kopi favorit yang sering dipesan dan alasannya?	Selera dan preferensi kopi mahasiswa	Informan lebih menyukai EsAmericano karena rasa kopi yang murni, pahitnya lembut, dan tidak bercampur susu atau gula berlebih.
Preferensi Tempat Nongkrong	Bayu Rico	Kenapa lebih suka duduk di area outdoor?	Kenyamanan ruang konsumsi	Informan memilih area outdoor karena lebih bebas untuk merokok, terasa lebih santai, dan suasananya mendukung aktivitas nongkrong.
Dampak Konsumsi Kopi	Bayu Rico	Apa yang Anda rasakan setelah minum kopi?	Pengaruh kopi terhadap kondisi fisik dan mental	Minum kopi membuat informan merasa lebih lega, fokus, dan tidak mengantuk setelah menjalani aktivitas kuliah yang padat.
Interaksi Sosial	Bayu Rico	Biasanya ngopi sendiri atau bersama teman?	Fungsi sosial konsumsi kopi	Informan lebih sering ngopi bersama teman sebagai sarana diskusi tugas dan mempererat hubungan sosial.
Makna Pengalaman Ngopi	Bayu Rico	Apa yang membuat momen ngopi bersama teman bermakna?	Nilai sosial dalam aktivitas ngopi	Ngopi bersama teman memberi rasa kebersamaan, dukungan emosional, dan membantu menghadapi tekanan akademik.
Suasana Tempat	Bayu Rico	Seberapa penting suasana tempat?	Peran atmosfer kedai kopi	Suasana tempat dinilai sangat penting; tempat yang adem, nyaman, dan tidak terlalu ramai lebih disukai.
Pelayanan Kedai Kopi	Bayu Rico	Bagaimana pelayanan di kedai kopi tersebut?	Kualitas layanan konsumen	Informan menilai pelayanan di KOV, Dikala, dan Beli Kopi umumnya ramah dan cepat.
Pengaruh Tren & Viral	Bayu Rico	Apakah Anda terpengaruh review atau tempat viral?	Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi	Informan tertarik mencoba tempat viral, namun menghindari tempat yang terlalu ramai karena mengganggu kenyamanan.

Faktor Keputusan Pembelian	Bayu Rico	Apa tiga faktor utama memilih kedai kopi?	Pertimbangan konsumen mahasiswa	Faktor utama adalah rasa, tempat, dan pelayanan; harga bukan prioritas utama.
Persepsi Harga	Bayu Rico	Kenapa harga tidak masuk faktor utama?	Nilai persepsi harga	Informan bersedia membayar lebih mahal selama rasa dan tempat sesuai dengan harapan.
Pengalaman Negatif	Bayu Rico	Pernah punya pengalaman kurang menyenangkan?	Ketidakpuasan konsumen	Informan pernah kecewa dengan rasa kopi yang buruk dan harga tidak sebanding, sehingga tidak kembali ke kedai tersebut.
Harapan Konsumen	Bayu Rico	Apa harapan untuk kedai kopi sekitar kampus?	Ekspektasi mahasiswa terhadap kedai kopi	Informan berharap area outdoor diperluas dan adanya promo khusus mahasiswa.
Kebiasaan Konsumsi Kopi	Bayu Rico	Bisa ceritakan kebiasaan Anda dalam mengonsumsi es kopi kekinian?	Intensitas konsumsi kopi mahasiswa	Informan mengonsumsi es kopi kekinian sekitar 3–4 kali dalam seminggu sebagai penunjang konsentrasi dalam menyelesaikan tugas kuliah Teknik Sipil.
Alasan Memilih Kedai Kopi	Bayu Rico	Di mana saja biasanya Anda membeli kopi dan apa alasannya?	Faktor pemilihan tempat konsumsi kopi	Informan memilih KOV Coffee karena rasa kopi yang kuat, Dikala karena suasana outdoor yang nyaman, dan Beli Kopi karena praktis serta harga terjangkau.

Kebiasaan Konsumsi Es Kopi Kekinian

Berdasarkan hasil wawancara, informan memiliki kebiasaan mengonsumsi es kopi kekinian secara rutin. Konsumsi kopi tidak hanya dilakukan saat merasa mengantuk, tetapi juga sudah menjadi bagian dari pola hidup sehari-hari. Informan menyebutkan bahwa kopi membantu menjaga fokus dan semangat, terutama saat mengerjakan tugas kuliah yang cukup berat di jurusan Teknik Sipil.

Hal ini menunjukkan bahwa es kopi kekinian memiliki fungsi lebih dari sekadar minuman, tetapi juga sebagai penunjang aktivitas akademik mahasiswa.

Alasan Memilih Kedai Kopi

Informan memilih kedai kopi berdasarkan beberapa pertimbangan utama, yaitu rasa kopi, suasana tempat, dan pelayanan. KOV Coffee dipilih karena rasa kopinya yang kuat, Dikala Coffee karena memiliki area outdoor yang nyaman, sedangkan Beli Kopi dipilih karena praktis dan harganya terjangkau.

Menariknya, harga bukan menjadi faktor utama, selama kualitas rasa dan suasana sesuai dengan harapan. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa lebih mementingkan nilai pengalaman dibandingkan harga semata.

Preferensi Produk Kopi

Produk favorit informan adalah Es Americano. Informan menyukai rasa kopi yang murni tanpa campuran susu atau gula berlebih. Menurutnya, Es Americano memiliki pahit yang lembut dan memberikan sensasi kopi yang “asli”. Preferensi ini menunjukkan bahwa mahasiswa tidak selalu menyukai kopi manis, tetapi juga menghargai kualitas dan karakter rasa kopi itu sendiri.

Preferensi Tempat dan Suasana Nongkrong

Informan lebih menyukai **area outdoor** dibandingkan indoor. Alasan utamanya adalah karena area outdoor terasa lebih santai, bebas untuk merokok, dan cocok untuk nongkrong bersama teman. Suasana yang adem, tidak terlalu ramai, dan nyaman menjadi faktor penting dalam menentukan kenyamanan saat ngopi. Suasana tempat terbukti menjadi bagian penting dari pengalaman menikmati es kopi kekinian, bukan hanya pelengkap.

Dampak Konsumsi Kopi terhadap Kondisi Fisik dan Mental

Setelah mengonsumsi kopi, informan merasakan efek positif seperti lebih fokus, tidak mengantuk, dan merasa lega. Kopi membantu menjaga stamina mental ketika menghadapi aktivitas kuliah yang padat.

Hal ini memperkuat bahwa kopi bagi mahasiswa bukan hanya minuman gaya hidup, tetapi juga memiliki manfaat fungsional dalam menunjang produktivitas.

Interaksi Sosial dalam Aktivitas Ngopi

Informan lebih sering ngopi bersama teman dibandingkan sendiri. Aktivitas ngopi dijadikan sarana untuk diskusi tugas, berbagi cerita, dan mempererat hubungan sosial. Ngopi bersama teman juga membantu mengurangi tekanan akademik dan memberikan dukungan emosional.

Dengan demikian, aktivitas ngopi memiliki fungsi sosial yang kuat di kalangan mahasiswa.

Makna Pengalaman Ngopi

Bagi informan, ngopi bukan hanya tentang minum kopi, tetapi tentang kebersamaan dan kenyamanan. Momen ngopi bersama teman dianggap bermakna karena memberikan rasa santai, dukungan sosial, dan menjadi jeda dari rutinitas akademik. Pengalaman ini bersifat subjektif namun memiliki arti penting dalam kehidupan mahasiswa.

Pengaruh Tren dan Media Sosial terhadap Aktivitas Ngopi

Berdasarkan hasil wawancara, informan mengakui bahwa media sosial memiliki pengaruh terhadap pilihan kedai kopi yang dikunjungi. Informan sering mengetahui informasi mengenai kedai kopi baru, menu terbaru, atau promo melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok. Konten berupa review, video suasana kafe, serta rekomendasi dari pengguna lain menjadi faktor pendorong ketertarikan untuk mencoba.

Namun demikian, informan tidak sepenuhnya mengikuti tren yang viral. Informan cenderung selektif dan mempertimbangkan kenyamanan tempat. Kedai kopi yang terlalu ramai akibat viralitas justru dihindari karena dianggap mengurangi kenyamanan saat nongkrong atau mengerjakan tugas. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun tren dan media sosial berpengaruh, keputusan konsumsi tetap didasarkan pada preferensi pribadi dan pengalaman sebelumnya.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pembahasan ini mengaitkan hasil temuan penelitian dengan teori serta penelitian terdahulu yang telah dijelaskan pada Bab II. Fokus pembahasan meliputi pengalaman mahasiswa dalam menikmati es kopi kekinian ditinjau dari aspek sensorik, emosional, dan sosial.

1. Pengalaman Sensorik dalam Menikmati Es Kopi Kekinian

Pengalaman sensorik menjadi aspek utama yang dirasakan informan ketika menikmati es kopi kekinian. Rasa kopi, aroma, dan tampilan minuman menjadi faktor penting dalam membentuk kesan terhadap suatu kedai kopi. Informan menyukai es kopi dengan rasa yang kuat dan tidak terlalu manis, seperti EsAmericano, karena memberikan sensasi kopi yang lebih murni.

Temuan ini sejalan dengan teori pengalaman konsumen yang dikemukakan oleh Schmitt (1999) dan Gentile et al. (2007), yang menyatakan bahwa aspek sensorik merupakan bagian penting dalam membentuk pengalaman pelanggan. Dalam konteks mahasiswa, pengalaman sensorik yang positif dapat meningkatkan kepuasan dan keinginan untuk melakukan pembelian ulang.

2. Pengalaman Emosional Mahasiswa saat Ngopi

Selain aspek sensorik, pengalaman emosional juga sangat dirasakan oleh informan. Minum kopi memberikan perasaan rileks, nyaman, dan membantu mengurangi stres akibat tekanan akademik. Aktivitas ngopi sering dijadikan sebagai bentuk self-reward setelah menyelesaikan tugas atau mengikuti perkuliahan yang padat.

Pengalaman emosional ini memperkuat pendapat Nurhasanah dan Ardiansyah (2023) yang menyatakan bahwa mahasiswa sering mengonsumsi kopi sebagai sarana relaksasi dan penghargaan terhadap diri sendiri. Dengan demikian, es kopi kekinian tidak hanya memiliki fungsi fisik, tetapi juga fungsi psikologis bagi mahasiswa.

3. Pengalaman Sosial dalam Aktivitas Ngopi

Aktivitas ngopi juga memiliki makna sosial yang kuat. Informan lebih sering menikmati kopi bersama teman dibandingkan sendirian. Kedai kopi menjadi tempat untuk berdiskusi, mengerjakan tugas kelompok, dan mempererat hubungan pertemanan. Interaksi sosial yang terjadi di kedai kopi memberikan rasa kebersamaan dan dukungan emosional.

Hal ini sejalan dengan penelitian Fitriani dan Yusuf (2022) yang menyatakan bahwa kopi kekinian telah menjadi bagian dari identitas sosial anak muda. Ngopi tidak hanya dipahami sebagai aktivitas konsumsi, tetapi juga sebagai sarana bersosialisasi dan membangun relasi sosial.

4. Makna Es Kopi Kekinian bagi Mahasiswa UPGRIS

Berdasarkan keseluruhan pengalaman yang dirasakan informan, es kopi kekinian dimaknai sebagai bagian dari gaya hidup mahasiswa. Aktivitas ngopi menjadi ruang untuk beristirahat sejenak dari rutinitas akademik, menenangkan pikiran, serta menjaga hubungan sosial.

Dengan demikian, pengalaman menikmati es kopi kekinian bersifat holistik, mencakup aspek rasa, emosi, suasana, dan interaksi sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa fenomena ngopi di kalangan mahasiswa tidak dapat dipandang sebagai perilaku konsumsi biasa, melainkan sebagai pengalaman bermakna dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengalaman mahasiswa Universitas PGRI Semarang dalam menikmati es kopi kekinian, dapat disimpulkan bahwa aktivitas ngopi memiliki makna yang lebih luas daripada sekadar mengonsumsi minuman. Pengalaman mahasiswa dalam menikmati es kopi kekinian terbentuk dari tiga aspek utama, yaitu pengalaman sensorik, emosional, dan sosial. Dari aspek sensorik, mahasiswa menilai rasa, aroma, dan kualitas kopi sebagai faktor penting dalam menentukan kepuasan. Dari aspek emosional, es kopi kekinian memberikan rasa nyaman, rileks, serta membantu mengurangi stres akibat tekanan akademik. Sementara itu, dari aspek sosial, aktivitas ngopi menjadi sarana untuk bersosialisasi, berdiskusi, dan mempererat hubungan pertemanan.

Selain itu, media sosial memiliki peran dalam mengenalkan tren dan kedai kopi baru, meskipun mahasiswa tetap mempertimbangkan kenyamanan dan preferensi pribadi dalam menentukan pilihan. Secara keseluruhan, es kopi kekinian dimaknai sebagai bagian dari gaya hidup mahasiswa UPGRIS yang berkaitan dengan identitas diri, kenyamanan, dan kebersamaan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa
Mahasiswa diharapkan dapat lebih bijak dalam mengonsumsi es kopi kekinian, dengan tetap memperhatikan kebutuhan, kesehatan, dan pengelolaan keuangan pribadi.
2. Bagi Pelaku Usaha Kedai Kopi
Pelaku usaha disarankan untuk tidak hanya fokus pada produk, tetapi juga pada suasana tempat, pelayanan, dan kenyamanan konsumen, khususnya mahasiswa sebagai target pasar utama.
3. Bagi Penelitian Selanjutnya
Penelitian selanjutnya dapat melibatkan lebih banyak informan atau menggunakan pendekatan metode yang berbeda agar diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai fenomena konsumsi kopi kekinian di kalangan mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, J. W. (2009). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (3rd ed.). Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Fitriani, R., & Yusuf, A. (2022). Kopi kekinian sebagai identitas sosial anak muda. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 5(2), 77–89.
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer. *European Management Journal*, 25(5), 395–410.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nurhasanah, E., & Ardiansyah, M. (2023). Perilaku konsumen generasi Z dalam mengonsumsi kopi kekinian. *Jurnal Riset Pemasaran Indonesia*, 3(1), 45–54.

- Pratama, Y., & Nugraha, A. (2022). Tren kopi kekinian di kalangan mahasiswa. *Jurnal Sosial dan Gaya Hidup*, 4(1), 12–20.
- Rahmawati, D., & Fitria, N. (2023). Customer experience pada kedai kopi modern. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran*, 9(2), 120–129.
- Dwiyanto, F. V., Wibowo, G. A., Abdilah, S. B., & Saputra, M. W. A. (2022). Fenomena mahasiswa “kuliah sambil kerja” di Universitas Negeri Surabaya. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial (SNIIS)*, 1, 476–480.
- Hakim, A. R., & Hasmira, M. H. (2022). Strategi kuliah sambil bekerja oleh mahasiswa (Studi kasus: Mahasiswa bekerja di Universitas Negeri Padang). *Naradidik: Journal of Education and Pedagogy*, 1(1), 30–37.
- Kusmulyono, M. S., & Agustiawan, R. (2020). *Aplikasi strategi bisnis untuk pemula UMKM & mahasiswa*. Perdana.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications.
- Nasir, N. (2024). Analisis studi dan kewirausahaan mahasiswa (Studi kasus tentang kegiatan di luar kuliah mahasiswa Pendidikan Bahasa Inggris Semester II FKIP-UNWIR Indramayu Tahun 2024). *Counselia: Jurnal Bimbingan Konseling Pendidikan Islam*, 5(2), 307–318.