eISSN 3090-174X & pISSN 3090-1367
Vol. 1, No. 3, Tahun 2025
doi.org/10.63822/5hwwrt42
Hal. 897-903

Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora
Beranda Jurnal https://indojurnal.com/index.php/jisoh

Perilaku *Ngopi* Generasi Z di 37 Kopi Kanigoro Kabupaten Blitar Ditinjau dari Teori George Herbert Mead

Jeany Riska Anjellina[1*], Mohammad Nasyirudin[2], Novita Setyoningrum[3], Novi Catur Muspita[4]
Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Islam Balitar Blitar[1,2,3,4]

*Email Korespodensi: jje0498@gmail.com

Diterima: 15-08-2025 | Disetujui: 22-08-2025 | Diterbitkan: 24-08-2025

ABSTRACT

This study aims to examine the coffee-drinking behavior of Generation Z at 37 Kopi, Kanigoro, Blitar, using George Herbert Mead's symbolic interactionism perspective. It focuses on how Generation Z utilizes coffee-drinking activities as a medium for shaping identity, self-expression, and dynamic social interaction. Employing a qualitative method, the research collected data through observation, interviews, documentation, and literature review. The findings reveal that the coffee-drinking behavior of Generation Z at 37 Kopi reflects the processes of forming the mind, self, and society as described in George Herbert Mead's symbolic interactionism theory. The study finds that Generation Z uses coffee-drinking as a means to express themselves, construct their identity, and engage in social interactions with others.

Keywords*: Behavior, Coffee Culture, Generation Z, Symbolic Interactionism*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perilaku *ngopi* Generasi Z di 37 Kopi, Kanigoro, Blitar, dengan menggunakan perspektif interaksionisme simbolik George Herbert Mead. Penelitian ini berfokus pada bagaimana Generasi Z menggunakan aktivitas *ngopi* sebagai sarana untuk membentuk identitas, ekspresi diri, dan interaksi sosial yang dinamis. Dengan menggunakan metode kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui teknik observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku ngopi Generasi Z di 37 Kopi mencerminkan proses pembentukan pikiran *(mind)*, konsep diri *(self)*, dan masyarakat *(society)* sebagaimana dijelaskan dalam teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead. Penelitian ini menemukan bahwa Generasi Z menggunakan *ngopi* sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, membangun identitas, dan menjalin interaksi sosial dengan orang lain.

Katakunci: Perilaku, *Ngopi*, Generasi Z, Interaksionisme Simbolik

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Jeany Riska Anjellina, Mohammad Nasyirudin, Novita Setyoningrum, & Novi Catur Muspita. (2025). Perilaku Ngopi Generasi Z di 37 Kopi Kanigoro Kabupaten Blitar Ditinjau dari Teori George Herbert Mead. Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora, 1(3), 897-903. https://doi.org/10.63822/5hwwrt42

Copyright © 2025 The Author(**s**) This article is distributed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

PENDAHULUAN

Kopi telah menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya Indonesia, tidak hanya sebagai minuman penghangat atau pelepas dahaga, tetapi juga sebagai simbol identitas dan gaya hidup. Masyarakat Indonesia menikmati kopi dengan berbagai cara, baik sebagai aktivitas sosial maupun sebagai bagian dari budaya. Bagi Generasi Z, minum kopi bukan hanya tentang memenuhi kebutuhan, tetapi juga tentang mengekspresikan diri dan menjadi bagian dari gaya hidup yang trendi (Syamsu Budiyanti, 2022). Fenomena *ngopi* ini telah berkembang bukan hanya sekadar aktivitas konsumsi minuman, melainkan bagian integral dari kehidupan sosial generasi muda, khususnya Generasi Z. Aktivitas ini tidak hanya menjadi rutinitas keseharian, tetapi juga wadah ekspresi diri, medium interaksi sosial, dan sarana pembentukan identitas. Di tengah perkembangan gaya hidup yang dinamis, *ngopi* menjadi simbol gaya hidup urban yang melekat dengan nilai-nilai kekinian, eksistensi sosial, dan citra diri. Generasi Z yang dikenal akrab dengan teknologi dan media sosial menjadikan aktivitas *ngopi* sebagai ajang memperkuat relasi sosial, sekaligus mempertegas identitas diri baik secara langsung di ruang sosial. Salah satu contoh konkret dari fenomena ini dapat diamati di 37 Kopi, sebuah kedai kopi yang terletak di Kanigoro, Kabupaten Blitar yang menjadi ruang sosial favorit bagi Generasi Z dalam membentuk interaksi dan membangun kebersamaan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku *ngopi* Generasi Z di 37 Kopi dengan menggunakan pendekatan teori interaksionisme simbolik yang dikembangkan oleh George Herbert Mead.

KAJIAN TEORITIS

Fenomena *ngopi* terjadi bukan hanya sekedar duduk lalu mencicipi segelas kopi saja, namun adanya interaksi dengan sesama membuat banyak sekali orang betah duduk berlama-lama di kedai kopi. *Coffee shop* atau kedai kopi saat ini bisa menjadi sarana komunikasi dan interaksi sosial, juga sebagai media perantaranya (Marsha Azzahra dkk, 2023). Selain itu, terdapat pula berbagai macam motivasi *customer* ketika *ngopi*, ada yang sekadar *nongkrong* bersama teman sambil minum kopi, ada yang menikmati tontonan video musik sambil minum kopi, ada yang memanfaatkannya untuk diskusi bisnis sambil menikmati kopi dan camilan, dan ada juga yang sedang memiliki permasalahan kemudian curhat kepada teman (Novi Catur, 2021). Kegiatan *ngopi* yang sudah dilakukan sejak dahulu kala menjadi hal turun-temurun hingga saat ini. *Ngopi* ini hadir sebagai pelengkap hidup masyarakat, dalam aktivitas menikmati kopi telah terjadi perubahan makna *ngopi,* yang dahulu erat kaitan dengan ngobrol dan ngerumpi di angkringan, sekarang *ngopi* telah menghasilkan sebuah konstruksi baru, yang mana bagian dari konstruksi tersebut adalah: kenyamanan, *social bounding,* aktualisasi diri, dan eksistensi komunitas. Perilaku *ngopi* sekarang dilakukan untuk mengikuti gaya hidup masyarakat modern yang eksklusif dan untuk mendapatkan prestise dari *ngopi* (Marsha Azzahra dkk, 2023). Maka dari itu, berdasarkan hal tersebut aktivitas *ngopi* bukan hanya dimaknai sebagai kegiatan untuk pelepas dahaga dan penghangat tubuh dari udara dingin, namun saat ini lebih kearah motivasional seperti semangat, kebersamaan atau anti-stres, sumber inspirasi. Kebiasaan sebagian masyarakat dalam mengisi waktu luang dan menghabiskan uangnya dengan *ngopi* di kedai kopi menjadikan kegiatan tersebut sebagai salah satu gaya hidup.

Perbedaan antar generasi seringkali menjadi topik diskusi yang menarik dalam masyarakat. Setiap generasi memiliki ciri khas yang unik, yang mempengaruhi cara mereka berkomunikasi dalam berbagai situasi. Awalnya, generasi hanya dibedakan menjadi dua kategori, yaitu generasi tua dan generasi muda. Namun, sekarang generasi dibagi menjadi beberapa kategori yang lebih spesifik, seperti *Baby Boomers*,

Generasi X, Generasi Y, dan Generasi Z, yang dibedakan berdasarkan tahun kelahiran, lokasi, dan pengalaman sejarah yang sama. Pengelompokan ini membantu memahami karakteristik dan perilaku masing-masing generasi (Lintang Citra, dkk 2020). Generasi Z adalah generasi yang tumbuh di era digital, sangat bergantung pada teknologi dan internet. Mereka dikenal sebagai generasi NET karena kemampuan mereka dalam menggunakan berbagai sarana informasi dan ketergantungan mereka pada smartphone dan internet. Dengan akses mudah ke informasi melalui gadget, Generasi Z dapat memperoleh pengetahuan yang luas. Banyak dari mereka juga telah mencapai kesuksesan finansial yang signifikan (Yuli Kristyowati, 2021). Generasi Z juga memiliki karakteristik seperti kemampuan digital yang lebih baik, selalu terhubung dengan dunia melalui internet, berpikiran terbuka, menyukai kampanye kreatif yang kekinian, menghendaki perubahan sosial, sanggup berkompromi dan bekerja tim, familiar, dan intens dengan teknologi informasi. Generasi Z juga cepat dalam merespon sesuatu yang diharapkan maupun kecepatan dalam memperoleh informasi, cepat berpindah dari satu aktifitas ke aktifitas lain dan aktifitas tersebut dapat dilakukan secara bersamaan (Yuli Kristyowati, 2021). Berdasarkan hal tersebut, dapat dikatakan bahwa Generasi Z adalah generasi yang dikelompokkan berdasarkan kesamaan rentang tahun lahir, lokasi, serta peristiwa-peristiwa yang memengaruhi secara signifikan kehidupan, yang telah lahir di era serba canggih, tumbuh cerdas, serta terampil menggunakan teknologi, kreatif, dan kritis.

Teori interaksionisme simbolik sejarah awalnya berasal dari pemikiran George Herbert Mead. Mead yang memiliki pemikiran yang murni mencetuskan catatan konstribusinya terhadap ilmu sosial dengan membuat teori 'the theoretical perspective' di dalam perkembangannya akan membentuk dasar teori interaksionisme simbolik. (Cahyo Andi dkk, 2023). 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. (Mariana, 2023). Teori interaksionisme simbolik yang dikemukakan oleh George Herbert Mead dapat menjadi landasan untuk menjelaskan dinamika sosial dalam aktivitas *ngopi* tersebut. Teori tersebut menekankan bahwa makna sosial dibentuk dan dipertukarkan melalui proses interaksi simbolik antara individu. Mead berpendapat bahwa pikiran *(mind)*, diri *(self)*, dan masyarakat *(society)* merupakan tiga hal yang saling terkait dan berkembang melalui proses komunikasi simbolik. Dalam konteks ini, interaksi sosial di kedai kopi dapat dipahami sebagai ruang di mana individu menginterpretasikan simbol-simbol, seperti gaya berpakaian, cara berbicara, pilihan minuman, dan unggahan media sosial, sebagai bagian dari proses membangun dan mengartikulasikan identitas. Simbol-simbol tersebut tidak bersifat tetap, tetapi terus-menerus dinegosiasikan maknanya melalui interaksi sehari-hari di lingkungan sosial.

Konsep *mind* 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 (Mariana, 2023). Dalam hal ini teori Mead menjelaskan bahwa pikiran manusia bukanlah proses yang bersifat individual dan terisolasi, melainkan hasil dari interaksi sosial yang berlangsung dalam kehidupan bersama. Pikiran terbentuk melalui percakapan internal

yang menggunakan simbol, terutama bahasa, sebagai alat untuk merespons dan mengantisipasi tindakan sosial.

Lain halnya pada konsep *self* atau 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 (Mariana, 2023). *Self* adalah kemampuan manusia untuk melihat dirinya sebagai objek dari sudut pandang orang lain, yang hanya dapat dikembangkan melalui pengalaman sosial. Dalam diri terdiri dari dua aspek, yaitu *"I" yang* bersifat spontan dan kreatif, serta "*Me"* yang terbentuk melalui internalisasi norma sosial dan ekspektasi orang lain. Melalui tahapan sosial seperti tahap persiapan, bermain peran, dan permainan kolektif, individu belajar menyesuaikan perilaku berdasarkan refleksi terhadap lingkungan sosial (Haritz Asmi Zanki, 2020).

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 (Mariana, 2023). Mead berpendapat bahwa masyarakat berarti sebagai peran dalam pertumbuhan dan perkembangan dari *mind* (pikiran) serta *self* (diri) yang melibatkan suatu proses hubungan sosial untuk mendahului pemikirannya. Masyarakat telah muncul dari individu, bukan individu dari masyarakat. Oleh sebab itu, teori kontrak masyarakat mengasumsikan bahwa individu pertama sebagai individu yang cerdas, seperti mereka sendiri, dan bahkan individu yang lainnya ini berkumpul dan membentuk masyarakat. Terdapat beberapa konsep yang perlu di perhatikan dalam *society* yaitu: masyarakat, munculnya simpati, konflik, *I* dan *Me (society),* dan pengalaman (Cahyo Andi dkk, 2023). Adapun konsep *society* dalam teori Mead mengacu pada masyarakat sebagai entitas yang terbentuk melalui hubungan sosial yang terstruktur, berdasarkan penggunaan simbol-simbol signifikan seperti bahasa. Masyarakat tidak hanya menjadi latar tempat terjadinya interaksi, tetapi juga kerangka yang membentuk dan membimbing pikiran serta diri individu. Dengan demikian, aktivitas *ngopi* tidak hanya mencerminkan preferensi gaya hidup, tetapi juga menjadi cermin dinamika sosial yang membentuk identitas, nilai, dan hubungan sosial antar individu.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data mencakup observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi pustaka. Subjek penelitian adalah pelanggan Generasi Z di kedai 37 Kopi yang dipilih melalui teknik *purposive sampling.* Pemilihan subjek ini didasarkan pada kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Data yang diperoleh dianalisis

menggunakan metode analisis interaktif dari Miles dan Huberman. Tahapan analisis meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan secara sistematis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Perilaku *ngopi* Generasi Z di kedai 37 Kopi Kanigoro Kabupaten Blitar menunjukkan adanya proses berpikir yang aktif sebagaimana dijelaskan dalam konsep mind menurut George Mead. Aktivitas ngopi tidak hanya dipahami sebagai rutinitas konsumsi, tetapi juga menjadi ruang ekspresi diri dan interaksi sosial. Generasi Z memanfaatkan momen *ngopi* sebagai sarana untuk merefleksikan pengalaman hidup, menyalurkan pemikiran, dan membangun makna sosial melalui komunikasi yang terjalin di ruang tersebut. Pemilihan kedai kopi oleh mereka dilandasi pertimbangan suasana yang mendukung, fasilitas yang tersedia, serta potensi kedai tersebut sebagai tempat menjalin jejaring sosial baru. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas *ngopi* telah menjadi bagian dari strategi sosial mereka dalam merespons perkembangan lingkungan dan kebutuhan akan keterhubungan sosial.

Selanjutnya, dalam kerangka konsep *self*, perilaku *ngopi* Generasi Z mencerminkan pembentukan konsep diri yang dinamis dan terus berkembang melalui interaksi sosial. Kedai kopi dan media sosial menjadi arena di mana mereka mengekspresikan identitas, membangun citra diri, serta mengukuhkan posisi sosial di hadapan teman sebaya. Melalui interaksi tatap muka di kedai maupun representasi diri di media sosial, Generasi Z menampilkan karakter sebagai individu yang modern, kreatif, dan terbuka terhadap perbedaan. Aktivitas *ngopi* menjadi bagian dari praktik sosial yang memperkuat eksistensi mereka, sekaligus menjadi sarana untuk memperoleh pengakuan sosial dalam lingkup komunitasnya. Identitas yang ditampilkan tidak hanya bersifat personal, tetapi juga terbentuk melalui tanggapan dan apresiasi dari lingkungan sosial tempat mereka berada.

Dalam kerangka konsep *society*, kedai 37 Kopi berfungsi sebagai ruang sosial tempat terbentuknya nilai, norma, dan budaya baru yang khas di kalangan Generasi Z. Interaksi antara pelanggan, barista, dan pemilik kedai membentuk dinamika sosial yang menghasilkan komunitas dengan identitas kolektif tertentu. Kedai kopi ini bukan sekadar tempat transaksi ekonomi, melainkan telah berkembang menjadi arena sosial yang sarat makna. Kehadiran media sosial semakin memperluas jangkauan interaksi tersebut, memperkuat citra sosial aktivitas *ngopi*, dan memungkinkan terjadinya pertukaran simbolik yang lebih luas. Dengan demikian, 37 Kopi menjadi ruang sosial yang kompleks dan dinamis, di mana aktivitas *ngopi* tidak hanya mempererat hubungan pertemanan, tetapi juga menjadi medium bagi Generasi Z untuk menunjukkan jati diri mereka dan bagaimana mereka ingin dipersepsikan oleh orang lain.

Pembahasan

Berdasarkan perspektif dari teori interaksionisme simbolik yang dikembangkan oleh George Herbert Mead, aktivitas *ngopi* Generasi Z di kafe 37 Kopi, Kanigoro Blitar tidak dapat dipahami semata-mata sebagai tindakan konsumsi minuman, tetapi merepresentasikan proses sosial yang kompleks dalam pembentukan *mind, self,* dan *society*. Proses ini berlangsung melalui interaksi simbolik yang terwujud dalam praktik sosial sehari-hari di lingkungan kafe. Generasi Z menunjukkan kemampuan berpikir secara reflektif melalui penggunaan simbol, bahasa, dan makna dalam berkomunikasi dengan orang lain, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Mereka mempertimbangkan pilihan tempat dan jenis kopi

secara kognitif, dengan melibatkan pertimbangan suasana, estetika, dan citra sosial yang melekat pada tempat tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa *mind* sebagai kesadaran reflektif berkembang melalui interaksi sosial yang terstruktur dalam ruang-ruang simbolik seperti kafe.

Lebih lanjut, pembentukan *self* pada Generasi Z tampak dalam bagaimana mereka membangun dan mengekspresikan identitas diri melalui aktivitas *ngopi*. Preferensi terhadap jenis minuman, cara berpakaian saat hingga gaya dalam mengunggah momen *ngopi* di media sosial menjadi sarana untuk menampilkan siapa diri mereka dan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain. Identitas ini tidak statis, melainkan bersifat dinamis dan terus dibentuk melalui pengalaman serta interaksi sosial yang terjadi di dalam dan luar kafe. Generasi Z belajar mengenali diri melalui respons sosial yang mereka terima, baik secara langsung dari teman sebaya maupun secara tidak langsung melalui *likes*, komentar, dan partisipasi dalam budaya digital. Dengan demikian, proses pembentukan *self* menjadi bagian integral dari aktivitas *ngopi* yang dilandasi makna simbolik, bukan sekadar tindakan individual.

Pada aspek *society*, kedai 37 Kopi menjadi ruang sosial tempat berjalinnya hubungan interpersonal dan terbentuknya norma-norma sosial baru yang khas bagi komunitas anak muda masa kini. Interaksi antara pelanggan, barista, dan pemilik kafe membentuk struktur sosial mikro yang diwarnai oleh nilai-nilai inklusivitas, ekspresivitas, dan keterbukaan. Dalam ruang ini, Generasi Z tidak hanya mematuhi norma yang berlaku, tetapi juga secara aktif merespons pandangan masyarakat dan perbedaan dengan membangun pola tindakan yang mencerminkan pemahaman simbolik terhadap lingkungan sosial mereka. Media sosial turut memperluas dan memperkuat struktur *society* ini, menjadikan aktivitas *ngopi* sebagai tindakan sosial yang bernilai ganda: sebagai ekspresi identitas personal dan sekaligus sebagai bentuk keterlibatan dalam komunitas sosial yang lebih luas. Dengan demikian, aktivitas *ngopi* di 37 Kopi berfungsi sebagai arena interaksi sosial yang dinamis, tempat berlangsungnya proses pembentukan pikiran, penguatan identitas diri, dan pengembangan jaringan sosial dalam konteks budaya populer dan digital kontemporer.

KESIMPULAN

Aktivitas *ngopi* Generasi Z di kafe 37 Kopi Kanigoro Kabupaten Blitar bukan sekadar konsumsi, melainkan menjadi ruang pembentukan *mind, self,* dan *society* melalui interaksi sosial yang bermakna. Melalui aktivitas ini, mereka menunjukkan proses berpikir aktif dalam memilih tempat, membangun makna, dan merespons lingkungan sosial. Identitas diri diekspresikan melalui preferensi kopi, gaya berpenampilan, serta unggahan di media sosial yang mencerminkan citra diri yang ingin ditampilkan. Aktivitas *ngopi* menjadi sarana aktualisasi diri, relaksasi, dan pencarian pengakuan sosial di antara teman sebaya. Kafe menjadi ruang sosial yang memungkinkan terbentuknya nilai, norma, dan budaya baru dalam komunitas anak muda. Interaksi antar pelanggan, barista, dan pemilik kafe membentuk jaringan sosial yang dinamis dan inklusif. Media sosial turut memperkuat peran kafe sebagai ruang ekspresi simbolik dan pembentukan identitas kolektif. Dengan demikian, ngopi menjadi praktik sosial yang mencerminkan keterlibatan aktif Generasi Z dalam membentuk pikiran, identitas, dan relasi sosial secara kontekstual.

Saran

Untuk memperkaya pemahaman tentang dinamika sosial Generasi Z dalam konteks aktivitas *ngopi*, disarankan agar penelitian selanjutnya mengeksplorasi lebih dalam peran media digital, seperti *Instagram* dan *TikTok*, dalam membentuk identitas dan interaksi sosial mereka. Media sosial telah menjadi

platform utama bagi Generasi Z untuk mengekspresikan diri dan membangun citra sosial, sehingga penting untuk memahami bagaimana representasi diri di dunia maya memengaruhi perilaku dan hubungan sosial di dunia nyata. Selain itu, studi komparatif antara berbagai lokasi kafe atau komunitas *ngopi* dapat memberikan wawasan tentang variasi budaya dan norma sosial yang memengaruhi pembentukan *mind, self*, dan *society*. Pendekatan interdisipliner yang menggabungkan teori interaksionisme simbolik dengan studi media dan budaya populer juga dapat memberikan kontribusi signifikan dalam mengembangkan teori sosial kontemporer yang relevan dengan gaya hidup Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

Andi Purnomo Cahyo, Indarti Titik. 2023. Interaksi Simbolik Dalam Novel Ayah Dan Sirkus Pohon Karya Andrea Hirata (Kajian Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead). BAPALA. (10):1. 208.

Anelda Ultavia B, Putri Jannati, Fildza Malahati, Qathrunnada, Shaleh. (2023). KUALITATIF: MEMAHAMI KARAKTERISTIK PENELITIAN SEBAGAI METODOLOGI. Jurnal Pendidikan Dasar. (11):2. 341-347

Asmi Zanki Haritz. 2020. Teori Psikologi Dan Sosial Pendidikan (Teori Interaksi Simbolik). Journal of Pedagogy. (3):3. 118.

Azzahra Marsha, Irfan Abdurahman Ade, Alamsyah. 2023. Fenomena Ngopi di Coffee Shop Pada Gen Z. Social Science Academic. (1):2. 494-499.

Lintang Citra Christiani, Prinisia Nurul Ikasari. (2020). Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa. Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media. (4):2. 86.

Marinu Waruwu. (2023). Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method). Universitas Kristen Satya Wacana

Muammar Fawwas Athallah, Mariah, Nurkhalik Wahdanial Asbara. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Masyarakat Nelayan Kelurahan Barombong Kecamatan Tamalate Kota Makassar. Jurnal Manuver. (1):2. 120.

Muhamad Ghifari Nanda Pratama Wimardian, Muhamad Rafi Ibnu Fajri, Usep Suhud. (2024). Espresso Revolution: Inovasi Dan Preferensi Konsumen Dalam Industri Minuman Berbahan Dasar Kopi. Bandung. WIDINA MEDIA UTAMA.

Muspita N C, Najib A. (2021). The Phenomena Of Behavior Handling In Coffee Shops AsA Public Space: Study On Consumers Of Dream Coffe Kopi Stores In Blitar City. JOSAR (Journal of Students Academic Research). (6):3. 450-458.

Oktaviani Keke. (2018). NGOPI SEBAGAI GAYA HIDUP ANAK MUDA Studi: Pada Pelanggan Coffeeshop “Ruang Kopi” Di Kota Bogor. skripsi. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Jakarta, Jakarta

Sirajul Fuad Zis, Nursyirwan Effendi, Elva Ronaning Roem. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial. (5):1.70-75.

Syamsu Budiyanti. (2022). Memahami Makna Kopi Dalam Perilaku Keseharian: Studi Fenomenologi Kebiasaan Ngopi Pada Masyarakat Kaki Pegunungan Hyang Barat Di Kabupaten Probolinggo. Dimensi. (11):1. 13-21.

Yuli Kristyowati. (2021). Generasi “Z” Dan Strategi Melayaninya. Jurnal Ambassadors. (02):01. 3-6.