

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

*Coffee shop* telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir dan semakin marak di kalangan mahasiswa. Perubahan gaya hidup yang cenderung lebih adaptif dan Dinamis sangat terkait dengan fenomena ini. *Coffee shop* menyediakan ruang bagi mahasiswa untuk bersosialisasi, berdiskusi, dan menyelesaikan pekerjaan sekolah selain menyediakan lokasi untuk menikmati kopi. Waxman (2006) menegaskan bahwa kedai kopi adalah lokasi utama bagi mahasiswa untuk belajar dan berkolaborasi karena suasananya yang ramah, konektivitas internet, dan desain interior yang mendukung. Selain itu, Rosenbaum mengemukakan kedai kopi dapat membantu pengunjungnya merasa nyaman dan terhubung dengan orang lain, yang mendorong lebih banyak keterlibatan sosial. Kebiasaan berkumpul di *coffee shop* telah menjadi bagian yang melekat dalam pola interaksi sosial yang dibentuk mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari mereka. (Rosenbaum et al., 2007; Waxman, 2006)

Jika dilihat dari sudut pandang mahasiswa sebagai aktor sosial yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh lingkungan di mana mereka berinteraksi, perbedaan ini menjadi signifikan dan penting untuk membedakan antara *coffee shop* dan kedai kopi karena keduanya memiliki karakteristik sosial dan budaya yang berbeda. Kedai kopi tradisional masih ada dan digunakan di sekitar kampus terlepas dari kenyataan bahwa *coffee shop* menjadi semakin populer di kalangan mahasiswa. Ini menyiratkan bahwa kedai kopi ada di samping mereka dan memiliki tujuan sosial

yang berbeda daripada menggantikannya sepenuhnya.

Bagi mahasiswa yang mencari suasana santai, biaya yang wajar, dan interaksi sosial yang lebih setara, kedai kopi terus menjadi tujuan yang signifikan. Mahasiswa dari berbagai latar belakang biasanya menghadiri di sana tanpa dibatasi oleh cara hidup tertentu. Sebaliknya, *coffee shop* lebih sering dikunjungi oleh mahasiswa yang menginginkan kenyamanan, suasana yang indah, atau area belajar pribadi yang lebih kontemporer selain menjadi bagian dari gaya hidup dan representasi diri mereka. Hal ini sesuai dengan yang dikemukakan dengan Oldenburg dan Bordieu.

Menurut Oldenburg (1989), kedai kopi maupun *coffee shop* dapat menjadi *third place*, satu-satunya perbedaan adalah dalam bentuk dan nilai yang ditawarkannya. Menurut Bourdieu, keputusan antara kedai kopi dan *coffee shop* mewakili preferensi sosial dan distribusi modal mahasiswa, termasuk siapa yang lebih nyaman di kedai kopi dan siapa yang memiliki sarana keuangan dan budaya untuk melakukannya. Jadi *coffee shop* hidup berdampingan dengan kedai kopi konvensional di kampus, melayani berbagai kebutuhan dan selera mahasiswa, tetapi mereka tidak sepenuhnya menggantikannya. Dalam penelitian ini, *coffee shop* menjadi semakin populer sebagai ruang alternatif karena mencerminkan nilai-nilai gaya hidup dan budaya digital pada kehidupan mahasiswa modern, tetapi ini tidak menyiratkan bahwa kedai kopi tidak lagi melayani tujuan sosial.

Menurut Featherstone (1991), budaya konsumen mencakup lebih dari sekadar memenuhi kebutuhan material; ini juga berkaitan dengan mengekspresikan identitas dan gaya hidup seseorang. Ia menekankan bahwa konsumsi dipandang dalam budaya

postmodern sebagai produksi simbolik yang membentuk identitas sosial selain menjadi aktivitas ekonomi. Featherstone menegaskan bagaimana penciptaan identitas pribadi melibatkan etatisasi dari keberadaan sehari-hari, gaya hidup, dan konsumsi objek sebagai simbol. *Coffee shop* menawarkan suasana yang menyenangkan, fasilitas seperti Wi-Fi, dan desain interior yang menarik, semuanya berkontribusi pada pengalaman sosial yang khas. Karena faktor-faktor ini, *coffee shop* berfungsi sebagai platform bagi mahasiswa untuk mengembangkan rasa diri mereka selain menjadi tempat untuk membeli minuman. (Featherstone, 2007)

Oldenburg dalam bukunya *The Great Good Place* (1989), memperkenalkan gagasan *third place*, yang selanjutnya mendukung *coffee shop* sebagai tempat sosial alternatif. Menurut Oldenburg, tempat ketiga adalah pengaturan sosial yang memfasilitasi hubungan santai di luar rumah (tempat pertama) dan kantor atau perguruan tinggi (tempat kedua). *Coffee shop* menawarkan suasana santai dan terbuka untuk membina hubungan sosial, menjadikannya contoh utama tempat ketiga. Intinya, ini adalah area netral yang bebas dari kendala tertentu di mana orang dapat bersosialisasi dan berpartisipasi dalam percakapan santai. Hal ini menggambarkan lokasi di luar rumah dan luar perguruan tinggi yang dapat bertindak sebagai area di mana orang membentuk komunitas, berbagi ide, dan membangun identitas sosial secara informal. Mengingat kompleksitas masyarakat perkotaan dan digital saat ini, konsep ini sangat penting untuk memahami bagaimana mahasiswa menggunakan *coffee shop* sebagai ruang alternatif untuk membangun ikatan sosial dan menavigasi identitas mereka.

Faktor utama lainnya dalam preferensi mahasiswa terhadap *coffee shop* dibandingkan lokasi lain adalah ketersediaan fasilitas yang memfasilitasi kegiatan belajar dan percakapan. Fasilitas co-working, yang ditawarkan oleh banyak *coffee shop*, memungkinkan mahasiswa untuk berkolaborasi dalam proyek, berbagi ide, dan mengembangkan jaringan akademis serta profesional mereka. Menurut penelitian oleh Spinuzzi (2012), orang dapat mengembangkan hubungan sosial dan profesional yang positif di lingkungan kerja berbasis komunitas seperti *coffee shop*. Oleh karena itu, *coffee shop* mendorong kreativitas dan produktivitas mahasiswa selain menjadi tempat untuk bersantai. (Spinuzzi, 2012)

Hal ini menunjukkan bahwa interaksi mahasiswa juga telah berubah. *coffee shop* mulai mengambil peran sebagai tempat yang mendukung tuntutan mahasiswa untuk keterlibatan sosial dan intelektual, sedangkan di masa lalu, ruang sosial sebagian besar terletak di lingkungan universitas. Menurut Castells, lokasi fisik seperti *coffee shop* berfungsi sebagai tempat berkumpul bagi mahasiswa untuk membangun jaringan dan membentuk ikatan sosial yang lebih luas di dunia yang semakin terhubung secara digital. (Castells, 2009)

Fenomena ini juga dapat dipahami melalui analisis budaya material. Miller menegaskan bahwa komponen fisik kedai kopi, termasuk pencahayaan, suasana, dan desain interior, memiliki makna simbolis yang memengaruhi cara siswa mengonsumsi tempat tersebut. *Coffee shop* mewakili preferensi sosial dan cara hidup mahasiswa selain menjadi tempat untuk menyedap kopi. Pilihan lokasi *coffee shop*, minuman, dan aktivitas mahasiswa sering mencerminkan bagaimana mereka mengekspresikan

identitas sosial mereka. Oleh karena itu, *coffee shop* dapat dipandang sebagai tempat yang mencerminkan dinamika sosial dan identitas mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari mereka. (Miller, 1987)

Pierre Bourdieu pada teori nya menekankan hubungan antara modal sosial dan budaya mahasiswa dengan kebiasaan mereka pergi ke *coffee shop*. *Coffee shop* dengan fitur tertentu yang sesuai dengan preferensi dan kebiasaan mereka biasanya dipilih oleh siswa dari latar belakang tertentu. Akibatnya, *coffee shop* menawarkan sebagai platform untuk mengamati perbedaan sosial dan budaya di antara siswa melalui kebiasaan konsumsi dan preferensi situs mereka. (Bourdieu, 1984)

Secara ekonomi, *coffee shop* mencerminkan stratifikasi sosial ekonomi mahasiswa. Penelitian Sudarsono menunjukkan bahwa keputusan mengenai pembelian kopi dipengaruhi oleh kelas sosial. Mahasiswa kelas menengah atas sering mengunjungi *coffee shop* yang lebih *pricey*, sedangkan mahasiswa dengan anggaran terbatas memilih pilihan yang lebih murah dan terjangkau. Keadaan sosial ekonomi mahasiswa dipertimbangkan saat memilih *coffee shop*, selain kenyamanan dan fasilitas. (Sudarsono & Rum, 2021)

Kepopuleran *coffee shop* di kalangan mahasiswa sangat dipengaruhi oleh media sosial selain kemajuan teknologi digital. Menurut penelitian Dewi Oktaviani (2018), media sosial berdampak pada kebiasaan mahasiswa, termasuk keputusan mereka untuk berkumpul di kedai kopi. Melalui media sosial, mahasiswa sering memposting tentang pengalaman mereka di *coffee shop*, meningkatkan reputasi pendirian sebagai bagian dari budaya mahasiswa. Ini menunjukkan bahwa *coffee shop* memiliki

representasi digital selain fungsi fisiknya, yang memengaruhi pilihan dan preferensi mahasiswa. (Dewi Oktaviani, 2018)

Kebiasaan belajar mahasiswa juga dipengaruhi oleh perubahan tren kunjungan ke *coffee shop*. Karena *coffee shop* dianggap memiliki suasana yang lebih nyaman dan mendukung dibandingkan perpustakaan kampus atau ruang belajar, banyak mahasiswa memilihnya. Fitur seperti Wi-Fi, colokan listrik, dan suasana yang kurang formal memberikan siswa lebih banyak kebebasan untuk mengerjakan tugas kuliah mereka.

Lingkungan pembelajaran yang fleksibel dapat meningkatkan motivasi belajar, menurut beberapa penelitian. Oldenburg menegaskan bahwa area yang menawarkan kenyamanan dan akses yang mudah ke sumber daya pendidikan dapat meningkatkan produktivitas setiap individu. Dalam hal ini, *coffee shop* semakin menjadi ruang alternatif yang semakin populer bagi para mahasiswa. (Oldenburg, 1989)

Namun situasi ini juga mempertanyakan seberapa bermanfaat belajar di *coffee shop*. Beberapa mahasiswa percaya bahwa kemampuan mereka untuk berkonsentrasi benar-benar terhambat oleh lingkungan yang sibuk dan banyak gangguan. Selain itu, pertimbangan ekonomi terlibat karena sering mengunjungi *coffee shop* lebih membutuhkan biaya tambahan daripada menggunakan fasilitas gratis kampus.

Tidak dapat dipungkiri bagaimana media sosial membentuk pendapat mahasiswa tentang *coffee shop*. Untuk menunjukkan gaya hidup mereka, banyak mahasiswa mengunggah foto atau video diri mereka di *coffee shop*. Ini menyebabkan tren di mana *coffee shop* digunakan untuk mencerminkan identitas mahasiswa secara online selain berfungsi sebagai tempat bersosialisasi dan belajar.

Goffman menyatakan bahwa orang biasanya memproyeksikan citra diri tertentu di depan publik sesuai dengan harapan sosial. *Coffee shop* karenanya menjadi komponen dari "panggung sosial" di mana mahasiswa berusaha memproyeksikan citra diri yang trendi, kreatif, atau pekerja keras. Postingan media sosial yang menyoroti suasana *coffee shop*, kegiatan diskusi, atau sesi belajar sering kali memberikan kesan bahwa pengguna tersebut berkecukupan dan memiliki kebiasaan tertentu. (Goffman, 1959)

Pada hal ini terdapat pula kelemahan dari tren tersebut, seperti meningkatnya tekanan teman sebaya untuk mengadopsi praktik sering mengunjungi *coffee shop* hanya untuk tetap aktif di media sosial. Mahasiswa yang tidak berpartisipasi dalam tren ini bisa merasa dikucilkan atau kurang sejalan dengan cara hidup yang dianggap khas dari mereka.

*Coffee shop* menawarkan suasana yang mendorong komunikasi semacam ini, memungkinkan mahasiswa untuk membahas berbagai topik dalam suasana yang santai dan tidak formal, termasuk topik akademis dan non-akademis. Sebagai ruang alternatif, *coffee shop* juga memengaruhi lingkungan dan hubungan sosial yang lebih luas. Namun, ada hambatan dalam menggunakan kedai kopi sebagai forum yang produktif untuk percakapan. Tidak semua *coffee shop* memiliki fasilitas yang mendukung pertemuan akademik, dan terkadang keterbatasan ruang serta tingkat kebisingan membuat sulit untuk melakukan percakapan yang mendalam.

Peningkatan *coffee shop* di Kota Padang dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan meningkatnya minat masyarakat terhadap daerah ini sebagai tempat

sosial pengganti, terutama di kalangan mahasiswa. Beragam *coffee shop* di seputar Universitas Andalas yang menyediakan berbagai tema, mulai dari yang bertema modern dan fasilitas lebih maju hingga yang memiliki pengaturan klasik dan inovatif.

Pertumbuhan jumlah kedai kopi di Indonesia telah meningkat secara signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan analisis TOFFIN dan Majalah MIX MarComm menunjukkan bahwa pada Agustus 2019, tercatat Indonesia memiliki lebih dari 2.950 kedai kopi yang tersebar di berbagai kota, jumlah ini hampir tiga kali lipat dari sekitar 1.000 lokasi pada tahun 2016. (Wulandari Dwi, 2019)

Jika kita lihat pada konteks lokal, pertumbuhan *coffee shop* di Kota Padang juga memperlihatkan tren yang tidak kalah menarik. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Kota Padang, pada tahun 2022 tercatat ada setidaknya 78 kedai kopi yang aktif beroperasi di berbagai kawasan strategis di kota ini. Meskipun sempat terjadi penutupan beberapa *coffee shop* pada masa pandemi tahun 2021, geliat industri ini terbukti tetap stabil bahkan cenderung mengalami kenaikan. Hal ini terlihat dari munculnya beberapa kedai kopi baru yang mulai beroperasi pada tahun 2022, menandakan bahwa daya tarik *coffee shop* masih sangat kuat di mata masyarakat, khususnya mahasiswa. Persaingan antar *coffee shop* di Kota Padang pun semakin ketat, memaksa para pengelola untuk terus berinovasi dalam menyediakan fasilitas, suasana, dan pelayanan yang mendukung kebutuhan mahasiswa sebagai konsumen utama.

Tabel 1 Daftar Nama *Coffee Shop* di Sepanjang Jalan Universitas Andalas

No	Coffee Shop
1	Kopi Dari Hati
2	Kopi Oz
3	Penkoffie
4	Parewa Coffee
5	Barizta
6	Re:Spass Coffee
7	Ottokopi
8	Takana Kopi
9	Café Dari Sini
10	Lamak Coffee & Shakes
11	Kausa
12	Talk Kopi
13	AUIH Plus Pasbar
14	Cultura Space
15	Dua Pintu Coffe
16	Vellocity Burger & Coffee
17	Bengras Kopi
18	Swasana Cafe
19	Northeast
20	Like & Share Cafe

*Sumber Data: Data pribadi, 2025*

Kehadiran *coffee shop* ini telah memicu diskusi tentang bagaimana mahasiswa Kota Padang menggunakannya untuk tujuan sosial dan akademik. Meskipun *coffee shop* sering digunakan sebagai tempat untuk bersantai atau sekadar berkumpul dengan teman sekelas, mereka juga dapat menjadi tempat yang berguna bagi siswa untuk belajar dan berdiskusi. Selain itu, media sosial berdampak pada bagaimana siswa memandang *coffee shop*, yang pada gilirannya memengaruhi cara mereka terhubung dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana *coffee shop* di Kota Padang berperan sebagai ruang sosial bagi mahasiswa, serta bagaimana aspek budaya

konsumsi, teknologi, dan identitas sosial saling berinteraksi dalam membentuk kebiasaan mahasiswa dalam mengunjungi *coffee shop*. Selain itu, penelitian ini juga akan mengkaji bagaimana mahasiswa memaknai keberadaan *coffee shop* sebagai bagian dari gaya hidup mereka, baik dalam konteks akademik maupun non-akademik.

Di Kota Padang, ekspansi *coffee shop* yang cepat memiliki pengaruh sosial dan ekonomi yang besar. Dalam hal ekonomi lokal, perluasan *coffee shop* menghasilkan prospek lapangan kerja dan peluang bisnis tambahan. *Coffee shop* telah berkembang menjadi pusat sosial tempat siswa berkumpul dan menciptakan kelompok baru yang memperluas jaringan sosial mereka baik dalam lingkungan profesional maupun akademik. Namun, ada kelemahan dari fenomena ini juga, seperti peningkatan perilaku konsumtif mahasiswa sebagai akibat dari budaya hangout yang lebih umum. *Coffee shop* telah menjadi komponen masyarakat yang mengkonsumsi, menurut penelitian oleh Azzara et al. (2021). Mahasiswa sering pergi ke sana untuk memenuhi tuntutan sosial dan gaya hidup mereka, yang dapat menyebabkan peningkatan perilaku konsumtif. (Azzara et al., 2021)

Seiring dengan perubahan gaya hidup dan kemajuan teknologi digital, *coffee shop* menjadi ruang alternatif yang semakin populer untuk kontak sosial di kalangan mahasiswa. Menurut penelitian ini, *coffee shop* mempengaruhi pola interaksi sosial mahasiswa baik dalam konteks akademik maupun non-akademik selain berfungsi sebagai tempat mengonsumsi kopi.

Penelitian lebih lanjut dapat dilakukan agar lebih memenuhi kebutuhan mahasiswa dalam membentuk interaksi sosial, diskusi mengenai akademik, dan

mengekspresikan identitas budaya mereka, penelitian lebih lanjut dapat dilakukan tentang bagaimana *coffee shop* dapat dibuat sebagai ruang yang lebih inklusif. *Coffee shop* semakin menjadi komponen area publik yang memberikan fleksibilitas dalam berhubungan di luar lingkungan akademis, mencerminkan pergeseran yang lebih besar dalam pola sosial dan gaya hidup mahasiswa.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui unsur-unsur yang mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk menggunakan *coffee shop* sebagai tempat berkumpul sosial dan bagaimana fenomena ini mencerminkan dinamika modal sosial, budaya konsumsi, dan pergeseran identitas mahasiswa di era digital. Selain itu, penelitian ini diharapkan akan menawarkan pengetahuan yang lebih komprehensif tentang bagaimana budaya lokal dan tren internasional berinteraksi untuk mempengaruhi kebiasaan dan kehidupan pembelian mahasiswa Kota Padang.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana preferensi mahasiswa dalam memilih *coffee shop* sebagai arena interaksi sosial?
2. Bagaimana *coffee shop* berperan dalam membentuk jaringan sosial dan komunitas mahasiswa dari perspektif antropologi?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Mendeskripsikan bagaimana preferensi mahasiswa dalam memilih *coffee shop* sebagai arena interaksi sosial.
2. Mendeskripsikan bagaimana *coffee shop* berperan dalam membentuk jaringan

sosial dan komunitas mahasiswa dari perspektif antropologi.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memperkaya kajian antropologi mengenai ruang alternatif bagi mahasiswa, khususnya dalam konteks *coffee shop* sebagai tempat interaksi sosial. Studi ini akan menambah literatur tentang perubahan sosial-budaya di kalangan mahasiswa, termasuk dinamika interaksi sosial, pola konsumsi, serta pembentukan identitas sosial dalam era digital. Selain itu, penelitian ini juga memberikan perspektif baru tentang bagaimana mahasiswa memanfaatkan *coffee shop* sebagai ruang yang bersifat fleksibel, tidak hanya untuk bersosialisasi tetapi juga untuk mendukung aktivitas akademik dan intelektual. Dengan demikian, penelitian ini dapat memperluas kajian mengenai ruang-ruang publik dalam masyarakat urban serta relevansinya dengan perubahan pola kehidupan mahasiswa.

##### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat menjadi refleksi bagi mahasiswa mengenai peran *coffee shop* dalam kehidupan sosial mereka serta bagaimana ruang-ruang alternatif ini memengaruhi cara mereka berinteraksi, belajar, dan membangun jaringan sosial. Selain itu, universitas dan pemangku kepentingan pendidikan dapat memanfaatkan temuan ini untuk merancang lingkungan kampus yang lebih inklusif, dengan mempertimbangkan kebutuhan mahasiswa terhadap ruang sosial yang kondusif bagi

interaksi akademik dan non-akademik.

Penelitian ini memberikan wawasan bagi perencana kota dan pembuat kebijakan mengenai pentingnya menciptakan ruang publik yang lebih terbuka dan inklusif bagi mahasiswa serta kelompok muda lainnya. Dengan memahami bagaimana mahasiswa menggunakan *coffee shop* sebagai ruang sosial alternatif, kebijakan yang mendukung pengembangan ruang publik di sekitar kampus dapat lebih sesuai dengan kebutuhan sosial dan budaya mereka. Selain itu, penelitian ini dapat berkontribusi dalam diskusi mengenai relevansi ekonomi kreatif dalam membentuk ruang-ruang sosial yang mendukung interaksi dan dinamika kehidupan mahasiswa di Kota Padang.

Penelitian ini juga memberikan manfaat bagi pengelola coffee shop sebagai bahan evaluasi dan pengembangan layanan, khususnya dalam menciptakan suasana, fasilitas, dan program yang mendukung interaksi sosial mahasiswa. Dengan memahami kebutuhan sosial dan budaya pengunjungnya, coffee shop dapat memperkuat posisinya sebagai ruang publik yang relevan dan berdaya saing di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mendalam peneliti tentang kajian antropologi mengenai perubahan sosial-budaya di kalangan mahasiswa. Hasil penelitian ini juga sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Departemen Antopologi Sosial Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Andalas.

## E. Tinjauan Pustaka

Muhammad Azhari Mutaqin (2021). Peran Kedai Kopi sebagai Sarana Interaksi Sosial Anak Muda Kota Banjarmasin. Fenomena kedai kopi yang berfungsi sebagai pusat kontak sosial di kalangan anak muda di Banjarmasin dijelaskan dalam studi ini. Tujuan dari studi ini adalah untuk memahami bagaimana kedai kopi berkembang menjadi pusat sosial di mana anak muda berkumpul untuk berbagai aktivitas sosial. Studi ini menggunakan metodologi kualitatif yang mencakup tinjauan pustaka dan wawancara. Kedai kopi sebagai tempat interaksi sosial, pola komunikasi yang terjadi, dan pengaruh fenomena ini terhadap gaya hidup anak muda adalah ide utama dalam studi ini. (Mutaqin, 2021)

Hasil temuan ini, kedai kopi digunakan oleh anak muda untuk interaksi sosial, termasuk berbagi pengalaman, membangun koneksi, dan diskusi bisnis, selain menjadi tempat untuk mengonsumsi minuman. Kedai kopi semakin menjadi tempat umum bagi anak muda untuk berkumpul, bekerja, dan bersantai sebagai bagian dari gaya hidup mereka.

Ada kesamaan dan perbedaan antara penelitian ini dan studi penelitian saya. Kesamaannya terletak pada eksplorasi peran kedai kopi dalam membentuk pola interaksi sosial di kalangan anak muda. Namun, penelitian saya lebih fokus pada mahasiswa di Universitas Andalas, sementara penelitian ini menekankan pada anak muda di kota Banjarmasin secara umum. Kedua studi ini saling melengkapi dalam memahami bagaimana kedai kopi menjadi bagian dari kehidupan sosial dan budaya anak muda masa kini.

Faiz Nur Ishomuddin, Idris, dan Khofifatu Rohmah Adi (2024). Interaksi Sosial Mahasiswa di Warung Kopi (Studi Kasus di Warung Kopi Alammalam). Fenomena interaksi sosial mahasiswa di Warung Kopi Alammalam, Malang, dijelaskan oleh penelitian ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pola interaksi sosial mahasiswa di kedai kopi serta kelebihan dan kekurangan dari kejadian ini. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif deskriptif yang mencakup dokumentasi, wawancara, dan observasi. Interaksi sosial sebagai pola kolaborasi dan efek sosial dari aktivitas di kedai kopi adalah beberapa konsep dan teori yang dipertimbangkan dalam penelitian ini. (Faiz Nur Ishomuddin, Idris, 2024)

Hasil temuan studi, kedai kopi digunakan oleh mahasiswa sebagai tempat untuk pertemuan, mengerjakan tugas, diskusi, dan bersantai. Studi ini juga menemukan bahwa interaksi di kedai kopi memiliki konsekuensi yang baik dan buruk, termasuk kurangnya kesadaran dalam manajemen waktu dan peningkatan kerja sama serta jaringan sosial.

Studi ini dan subjek proyek penelitian saya memiliki kesamaan dan perbedaan. Kesamaan terlihat dalam pemeriksaan fungsi kedai kopi sebagai tempat interaksi sosial mahasiswa. Namun, penelitian ini berfokus pada pola interaksi sosial mahasiswa di kedai kopi di Kota Malang, sedangkan penelitian saya lebih berkaitan dengan penggunaan kedai kopi sebagai tempat alternatif bagi mahasiswa di Universitas Andalas. Kedua studi ini membantu kita lebih memahami bagaimana kedai kopi membentuk kebiasaan dan kehidupan interaksi sosial mahasiswa.

Reski Puteri Yudhiesyah (2024) dalam skripsinya yang berjudul "Gaya Hidup Mahasiswa Dalam Pemanfaatan Ruang Coffeeshop di Kecamatan Tamalanrea Kota Makassar" yang disusun di Departemen Antropologi Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, membahas pemanfaatan ruang coffeeshop sebagai bagian dari gaya hidup mahasiswa di Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana mahasiswa menggunakan coffeeshop sebagai ruang alternatif untuk aktivitas akademik dan sosial mereka. (Yudhiesyah, 2024)

Penelitian ini menjelaskan bahwa gaya hidup mahasiswa dipengaruhi oleh perubahan sosial dan modernisasi, yang menjadikan kedai kopi sebagai pilihan utama untuk belajar, berdiskusi, dan bersosialisasi. Dengan menggunakan pendekatan etnografi kualitatif, penelitian ini melibatkan observasi partisipatif dan wawancara mendalam dengan mahasiswa yang secara rutin mengunjungi kedai kopi di Distrik Tamalanrea.

Hasil temuan studi, mahasiswa memilih kedai kopi berdasarkan aksesibilitas, lingkungan, akses internet, dan kenyamanan. Selain itu, menggunakan lingkungan kedai kopi membantu mahasiswa menjadi lebih kreatif dan terinspirasi, serta meningkatkan produktivitas akademik dan pertumbuhan jaringan sosial mereka. Penelitian ini juga menemukan bahwa kedai kopi semakin menjadi lebih dari sekadar tempat untuk mengonsumsi kopi; mereka juga menjadi tempat untuk interaksi sosial dan pendidikan.

Ada kesamaan antara penelitian ini dan kajian saya, "Coffee Shop Sebagai Ruang Alternatif Bagi Interaksi Sosial Di Antara Mahasiswa Dalam Perspektif

Antropologi”. Meskipun penggunaan kedai kopi dalam kehidupan mahasiswa termasuk dalam kedua studi, metodologi dan penekanan berbeda. Tesis ini berfokus pada kehidupan mahasiswa dan bagaimana mereka menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial yang berubah, sedangkan studi saya menekankan komponen antropologi sosial dalam memahami bagaimana kedai kopi mempengaruhi pola interaksi sosial mahasiswa.

Dari sudut pandang konseptual, penelitian saya berfokus pada bagaimana simbol gaya hidup dan ruang sosial mahasiswa berubah sebelum dan setelah kedai kopi ada, sementara penelitian ini menunjukkan bagaimana kedai kopi telah berkembang menjadi tempat gaya hidup dan sosial bagi mahasiswa. Dengan menawarkan sudut pandang yang lebih komprehensif tentang fenomena kedai kopi yang berfungsi sebagai tempat sosial dan pendidikan bagi siswa, kedua studi ini saling meningkatkan. Hasil dari tesis ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana gaya hidup siswa dan penggunaan ruang telah berubah di zaman kontemporer.

Muh. Afsal, Hasniah, dan Zainal (2020). Mahasiswa dan Warung Kopi: Kajian Antropologi Tentang Warung Kopi Sebagai Ruang Publik di Sekitar Kampus Baru Universitas Halu Oleo. Penelitian ini membahas fenomena pemanfaatan warung kopi sebagai ruang publik bagi mahasiswa Universitas Halu Oleo (UHO). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana warung kopi menjadi tempat interaksi sosial, akademik, dan kegiatan lainnya bagi mahasiswa. (Afsal et al., 2020)

Penelitian ini menggunakan pendekatan etnografi yang mencakup wawancara mendalam dan teknik pengamatan terlibat. Warung kopi sebagai tempat publik, pola

interaksi mahasiswa di sana, dan dampaknya terhadap kehidupan sosial dan akademik mahasiswa adalah ide-ide kunci dari penelitian ini.

Menurut temuan penelitian ini, kedai kopi dimanfaatkan untuk hubungan sosial serta konsumsi minuman. Mereka dapat digunakan untuk berbicara, mengerjakan tugas sekolah, dan merencanakan acara seperti bazaar. Ketersediaan fasilitas tambahan seperti Wi-Fi yang mendukung upaya akademik mereka adalah alasan mengapa siswa memilih kedai kopi.

Ada kesamaan dan perbedaan antara studi saya dan penelitian ini. Studi tentang bagaimana kedai kopi memengaruhi kebiasaan interaksi sosial mahasiswa adalah di mana kesamaannya terletak. Namun, studi ini berfokus pada mahasiswa di Universitas Halu Oleo, sedangkan penelitian saya lebih berfokus pada mahasiswa di Universitas Andalas. Untuk memahami bagaimana kedai kopi berfungsi sebagai tempat alternatif bagi mahasiswa untuk berpartisipasi dalam kegiatan sosial dan intelektual, kedua studi ini saling melengkapi.

Amelia Ezar Ivana Bela (2024). Peranan Coffee Shop Samara Coffee & Space Sebagai Sarana Interaksi Sosial Mahasiswa Kota Pekanbaru. Penelitian ini membahas peran Coffee Shop Samara Coffee & Space dalam membentuk interaksi sosial mahasiswa di Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana coffee shop ini menjadi ruang alternatif bagi mahasiswa untuk bersosialisasi, berdiskusi, dan mengerjakan tugas akademik. (BELA, 2024)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metodologi deskriptif. Interaksi sosial mahasiswa, fungsi kedai kopi sebagai tempat publik, dan pengaruh

keberadaan kedai kopi terhadap dinamika sosial mahasiswa adalah tiga ide utama dari penelitian ini.

Menurut temuan penelitian, Samara Coffee & Space Coffee Shop berfungsi sebagai pusat interaksi sosial yang hidup selain menjadi tempat untuk menikmati kopi. Mahasiswa mengunjungi kedai kopi ini untuk bersosialisasi, belajar, dan berbincang-bincang dengan mahasiswa lain dan anggota masyarakat. Selain itu, kedai kopi ini berkontribusi pada pengembangan suasana yang mendorong kerja sama intelektual dan berbagi ide.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan kajian saya yang berjudul "Coffee Shop Sebagai Ruang Alternatif Bagi Interaksi Sosial Di Antara Mahasiswa Dalam Perspektif Antropologi." Kedua penelitian sama-sama membahas peran coffee shop sebagai ruang interaksi sosial bagi mahasiswa. Namun, terdapat perbedaan signifikan dalam pendekatan dan fokus kajian. Penelitian saya menggunakan perspektif antropologi untuk memahami bagaimana coffee shop berfungsi sebagai ruang alternatif bagi mahasiswa Universitas Andalas dalam menjalin interaksi sosial, sementara penelitian ini lebih berfokus pada peran konkret Coffee Shop Samara Coffee & Space di Pekanbaru.

Dari sisi konsep, penelitian saya lebih menyoroti bagaimana *coffee shop* berperan sebagai tempat bertemunya mahasiswa dalam berbagai aktivitas sosial dan akademik. Sebaliknya, penelitian ini menekankan pada bagaimana Coffee Shop Samara Coffee & Space secara spesifik menyediakan lingkungan bagi mahasiswa untuk berinteraksi dan bersosialisasi. Kedua kajian ini saling melengkapi, di mana

penelitian saya menekankan fungsi coffee shop dalam membentuk ruang sosial bagi mahasiswa, sedangkan artikel ini memberikan wawasan tentang peranan coffee shop dalam kehidupan sosial mahasiswa di Pekanbaru. Penelitian ini memperkaya pemahaman tentang hubungan coffee shop dan interaksi sosial mahasiswa.

Aisha Pramadita Kartohadiprodo dan Denrich Suryadi (2025) dalam artikelnya yang berjudul "Peran Kontrol Diri terhadap Fear Of Missing Out Coffee Shop Viral di Media Sosial pada Remaja Akhir di Jakarta" yang diterbitkan dalam *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, Vol. 5, No. 1, halaman 281-295, membahas hubungan antara kontrol diri dengan Fear of Missing Out (FoMO) di kalangan remaja akhir di Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana kontrol diri memengaruhi tingkat FoMO terhadap Coffee shop yang viral di media sosial. (Kartohadiprodo & Suryadi, 2025)

Artikel ini mendefinisikan FoMO sebagai perasaan cemas dan gelisah akibat merasa tertinggal dari pengalaman atau informasi yang sedang dinikmati oleh orang lain. Fenomena ini sering terjadi pada individu yang kurang mampu mengelola impuls atau memiliki kontrol diri yang rendah. Sementara itu, kontrol diri didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk mengelola impuls, menunda kepuasan, dan menyesuaikan perilaku dengan tujuan jangka panjang. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini melibatkan 403 responden berusia 18-22 tahun yang aktif di media sosial dan rutin mengunjungi Coffee shop minimal satu kali seminggu.

Hasil penelitian dengan nilai korelasi  $r = -0,913$ , temuan menunjukkan hubungan terbalik yang substansial antara pengendalian diri dan FoMO. Ini menunjukkan bahwa mereka yang memiliki kontrol diri lebih besar biasanya mengalami lebih sedikit FoMO. Menurut penelitian, pengendalian diri menyumbang 33% dari penurunan tingkat FoMO, dengan faktor tambahan di luar lingkup penelitian menyumbang 67% lainnya. Hasil ini menekankan betapa pentingnya mempraktikkan pengendalian diri untuk membantu orang menurunkan tingkat kecemasan mereka yang disebabkan oleh FoMO, terutama mengingat tren media sosial yang semakin lazim.

Penelitian ini memiliki persamaan dengan kajian saya yang berjudul "*Coffee Shop* Sebagai Ruang Alternatif Bagi Interaksi Sosial Di Antara Mahasiswa Dalam Perspektif Antropologi." Kedua penelitian sama-sama membahas peran *Coffee shop* sebagai ruang interaksi sosial bagi mahasiswa. Namun, terdapat perbedaan signifikan dalam pendekatan dan fokus kajian. Penelitian saya menggunakan perspektif antropologi untuk memahami bagaimana *Coffee shop* berfungsi sebagai ruang alternatif bagi mahasiswa Universitas Andalas dalam menjalin interaksi sosial, sementara penelitian ini menggunakan pendekatan psikologi untuk menilai hubungan kontrol diri dan perilaku FoMO di kalangan remaja akhir.

Dari sisi konsep, penelitian saya lebih menyoroti bagaimana *Coffee shop* berperan sebagai tempat bertemunya mahasiswa dalam berbagai aktivitas sosial dan akademik. Sebaliknya, penelitian ini berfokus pada aspek psikologis individu, khususnya peran kontrol diri dalam mengatasi perasaan tertinggal. Kedua kajian ini saling melengkapi, di mana penelitian saya menekankan fungsi *Coffee shop* dalam

membentuk ruang sosial bagi mahasiswa, sedangkan artikel ini memberikan wawasan tentang pengaruh psikologis terhadap keterikatan individu dengan tren *Coffee shop* yang viral. Penelitian ini memperkaya pemahaman tentang hubungan *Coffee shop* dan interaksi sosial mahasiswa.

## **F. Kerangka Pemikiran**

### **1. *Coffee shop***

*Coffee shop* adalah suatu usaha yang dikelola secara komersial yang menawarkan para pengunjung minuman khususnya minuman kopi sebagai menu utama dan makanan kecil dengan pelayanan dalam suasana tidak formal tanpa diikuti suatu aturan servis yang baku. Sementara itu, kafe adalah istilah yang lebih umum yang bisa merujuk pada berbagai tempat makan/minum, tidak terbatas pada kopi saja, dan bisa mencakup *coffee shop* itu sendiri. Namun, *coffee shop* secara khusus menekankan pada kopi sebagai produk utama dan fungsi sosial yang terbentuk di dalamnya. Konsep ini berbeda dengan tujuan utama kedai kopi di masa lalu untuk menjual kopi dan dapat dikatakan bahwa kedai kopi saat ini (*coffee shop*) memiliki konsep yang hampir sama dengan kedai kopi (Sentoso, 2015).

Menurut Prasetyo (2020), kedai kopi adalah tempat minum kopi tradisional yang identik dengan harga murah, suasana akrab, dan menjadi bagian dari budaya lokal. Warung kopi cenderung tidak memiliki fasilitas lengkap seperti *coffee shop* dan biasanya dikunjungi oleh masyarakat dengan tujuan bersantai atau berbincang ringan.

Menurut Ray Oldenburg (1989) dalam teorinya tentang "*Third Place*," *Coffee*

*shop* merupakan ruang ketiga yang mendukung interaksi sosial di luar rumah (ruang pertama) dan tempat belajar atau bekerja (ruang kedua). *Coffee shop* menyediakan lingkungan yang netral, nyaman, dan estetis, sehingga menjadi tempat mahasiswa Universitas Andalas untuk bersosialisasi, belajar, dan membangun relasi. Selain itu, *coffee shop* menciptakan suasana tenang dan estetis dengan desain yang unik dan musik santai, menjadikannya pilihan ideal untuk bersantai atau bekerja. *Coffee shop* juga sering dijadikan tempat belajar atau bekerja karena suasana yang mendukung konsentrasi.

Di sisi lain, *coffee shop* memiliki nilai budaya yang mencerminkan tren modernitas, seperti desain interior yang estetis, variasi menu yang inovatif, dan akses internet yang mendukung gaya hidup digital. Konsep ini menjadikan *coffee shop* lebih dari sekadar tempat untuk menikmati kopi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang mendukung gaya hidup mahasiswa. Kenyamanan dan estetika yang ditawarkan tidak hanya memberikan pengalaman menyenangkan, tetapi juga membantu membangun relasi dan memenuhi kebutuhan sosial, akademik, dan budaya mahasiswa Universitas Andalas (Fauzi et.al, 2019).

## **2. Ruang Alternatif**

Menurut Ray Oldenburg (1989), istilah “ruang ketiga” atau "ruang alternatif" merujuk pada area non-formal yang berkembang sebagai reaksi terhadap ketidakmampuan ruang formal untuk dengan memadai memenuhi tuntutan penciptaan identitas, ekspresi diri, dan interaksi sosial. Ruang alternatif biasanya ditemukan di luar tempat resmi seperti rumah, kantor, dan sekolah. Mereka dibedakan oleh fleksibilitas

yang lebih besar, keterbukaan, dan kurangnya kepatuhan terhadap aturan atau prosedur yang ketat. Ruang alternatif sangat penting di banyak komunitas metropolitan karena memberikan individu terutama anak muda, tempat untuk membangun hubungan sosial yang lebih fleksibel, dan santai.

*Coffee shop* dipandang dalam penelitian ini sebagai jenis lokasi lain yang digunakan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan mereka akan hubungan sosial. *Coffee shop* melengkapi gaya hidup mahasiswa masa kini dengan menawarkan kenyamanan, fleksibilitas jadwal, lingkungan yang ramah, dan konektivitas digital di luar kampus. Mahasiswa berkumpul di sini tidak hanya untuk bersantai, tetapi juga untuk berkolaborasi dalam proyek, berbincang-bincang, membangun komunitas, dan menciptakan jaringan sosial. *Coffee shop* menjadi komponen signifikan dalam kehidupan sosial mahasiswa karena menyediakan tempat di mana interaksi sosial dapat terjadi secara spontan tanpa tekanan formalitas yang kadang-kadang ada di lingkungan universitas.

Ray Oldenburg (1989) menciptakan istilah "*third place*", yang mengacu pada ruang sosial di luar rumah seseorang (tempat pertama) dan kantor atau sekolah (tempat kedua) yang berfungsi sebagai ruang netral bagi individu untuk berkumpul secara informal. *Third place* mempunyai karakteristik seperti aksesibilitas, suasana yang fleksibel, partisipatif, dan mendorong terbentuknya komunitas. *Coffee shop* memenuhi seluruh kriteria tersebut karena memberikan ruang bagi mahasiswa untuk berinteraksi tanpa batasan formal, membangun relasi sosial yang setara, serta menjadi tempat bertukar ide dan memperkuat solidaritas kelompok. Dalam konteks mahasiswa

Universitas Andalas, *coffee shop* menjadi manifestasi konkret dari *third place* di mana berbagai dinamika sosial, budaya, dan akademik berlangsung dalam suasana yang lebih santai namun tetap produktif (Oldenburg, 1989).

Akibatnya, konsep ruang alternatif (tempat ketiga) berfungsi sebagai dasar teoritis penting untuk menjelaskan bagaimana *coffee shop* berfungsi sebagai lokasi alternatif yang dibuat dan ditafsirkan siswa. *Coffee shop* berfungsi sebagai tempat konsumsi dan pengaturan simbolis di mana siswa terlibat dalam kegiatan sosial-intelektual yang santai dan kontemplatif, membangun jaringan, dan negosiasi identitas. *Coffee shop* juga merupakan tempat yang menumbuhkan hubungan sosial di luar kelas dan mendorong kebebasan berekspresi. Ini menunjukkan betapa pentingnya *coffee shop* bagi kehidupan sosial mahasiswa perkotaan di era digital saat ini.

### **3. Interaksi Sosial di *Coffee Shop***

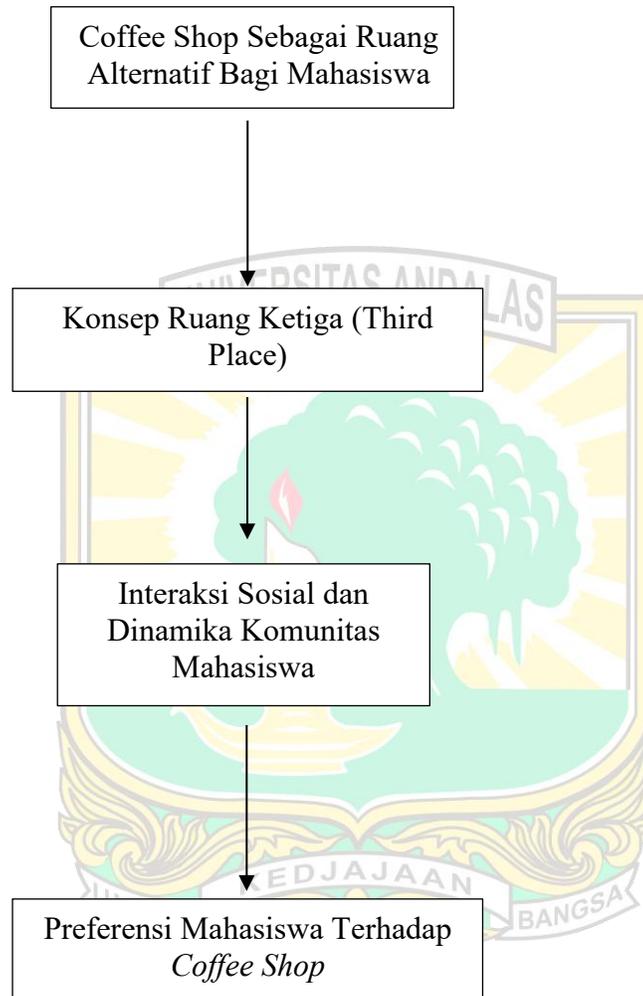
Proses interaksi timbal balik antara orang dan kelompok yang terjadi melalui respons sosial, aktivitas, dan komunikasi yang membentuk kerangka keberadaan bersama dikenal sebagai interaksi sosial. Kontak sosial di antara siswa meliputi diskusi, berbagi informasi, solidaritas kelompok, dan pengembangan ikatan sosial yang memfasilitasi pengejaran akademik dan ekstrakurikuler. Ini berkaitan dengan penelitian ini karena kedai kopi berfungsi sebagai lokasi pengganti bagi siswa untuk terlibat dalam kegiatan sosial yang sebelumnya sebagian besar dilakukan di lingkungan universitas resmi seperti kuliah, perpustakaan, atau kantin. Hal ini sesuai dengan pandangan Gillin dan Gillin (1948) bahwa interaksi sosial adalah hubungan sosial yang Dinamis termasuk ikatan antarindividu dan kelompok yang menghasilkan pola dan

struktur sosial yang lebih umum.

Soekanto (2006) mendefinisikan interaksi sosial sebagai "hubungan sosial dinamis yang berkaitan dengan hubungan antar individu, antara kelompok manusia, dan antara individu dengan kelompok manusia." Menurut konsep ini, interaksi sosial adalah dasar dari keberadaan sosial, yang selalu berubah berdasarkan ruang dan lingkungan budaya. Sejalan dengan gaya hidup urban dan keinginan untuk kenyamanan dan konektivitas, *coffee shop*, sebagai ruang baru yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa, memungkinkan pengembangan bentuk interaksi yang lebih adaptif dan bervariasi. Ruang ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk bertukar ide dan informasi dengan cara yang lebih santai dibandingkan dengan lingkungan akademik. Dengan demikian, *coffee shop* tidak hanya menjadi tempat konsumsi, tetapi juga sarana bagi mahasiswa untuk memperluas jaringan sosial dan memperdalam pemahaman akademik mereka.

Dalam konteks interaksi sosial, *coffee shop* juga dapat menjadi tempat terbentuknya komunitas, di mana mahasiswa merasa memiliki keterikatan sosial dengan kelompok tertentu. Aktivitas seperti diskusi kelompok, sesi belajar bersama, atau sekadar berbagi pengalaman di *coffee shop* dapat membangun rasa kebersamaan di antara mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa *coffee shop* tidak hanya sekadar tempat bersosialisasi, tetapi juga memiliki peran dalam membentuk hubungan sosial yang lebih luas.

## Bagan.1 Kerangka Pemikiran



## **G. Metode Penelitian**

### **1. Pendekatan Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan cara mendeskripsikan objek yang diteliti. Menurut Creswell (2013), penelitian kualitatif memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap makna, pengalaman, dan perspektif subjek penelitian. Dalam penelitian ini, pendekatan etnografi digunakan untuk mendapatkan pemahaman menyeluruh tentang bagaimana mahasiswa Universitas Andalas memanfaatkan kedai kopi sebagai tempat interaksi sosial secara teratur.

Peneliti dapat menyelidiki dinamika sosial, perilaku, dan pengalaman yang terjadi di kedai kopi dengan melakukan wawancara mendalam dan pengamatan langsung. Metode ini memungkinkan peneliti untuk melihat dan memahami realitas sosial dari sudut pandang mahasiswa itu sendiri, memungkinkan mereka untuk lebih lengkap dan kontekstual menangkap signifikansi dan konteks dari kegiatan yang mereka lakukan. Oleh karena itu, peneliti dapat menggali alasan mahasiswa mengunjungi *Coffee shop*, preferensi mereka dalam memilih tempat, serta bagaimana media sosial memengaruhi kebiasaan dan interaksi mereka di lingkungan tersebut.

### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di *Coffee shop* di sekitar Universitas Andalas yaitu *Northeast Coffee*, *Re:Spass Coffee*, dan *Café Dari Sini* untuk mendapatkan gambaran mengenai pola kunjungan mahasiswa serta aktivitas yang mereka lakukan di tempat tersebut. Alasan peneliti memilih lokasi ini adalah karena dari pengamatan sementara,

ketiga *coffee shop* ini memiliki banyak kunjungan dari mahasiswa Universitas Andalas. Setelah pemahaman awal diperoleh, peneliti akan memilih beberapa informan untuk didalami lebih lanjut secara bertahap hingga mencapai titik kejenuhan data, dengan jumlah informan diperkirakan antara 10 hingga 15 orang.

Penelitian ini dijadwalkan berlangsung dari akhir April hingga Juni 2025. Wawancara akan dilakukan secara langsung dengan jadwal yang fleksibel, baik pagi, siang, sore, maupun malam hari, menyesuaikan dengan waktu luang informan yang telah disepakati sebelumnya.

### 3. Informan Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan informan. Teknik ini merupakan metode pemilihan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, seperti relevansi dan karakteristik informan yang sesuai dengan tujuan penelitian (Denzin & Lincoln, 1997: hlm. 128). Dalam konteks penelitian tentang "*Coffee Shop Sebagai Ruang Alternatif Bagi Interaksi Sosial Di Antara Mahasiswa Dalam Perspektif Antropologi*", *purposive sampling* memastikan keberagaman pengalaman dan latar belakang informan, sehingga data yang dihasilkan dapat merepresentasikan fenomena secara lebih holistik. Informan dipilih dari mahasiswa aktif Universitas Andalas yang sering menghabiskan waktu di *coffee shop*, baik untuk aktivitas akademik maupun sosial.

Untuk memperkaya data, teknik etnografi diterapkan melalui observasi langsung interaksi mahasiswa di *coffee shop*. Pendekatan ini memungkinkan peneliti menangkap dinamika sosial, pola perilaku, dan simbolisme yang melekat pada gaya hidup

mahasiswa. Dengan memadukan purposive sampling dan etnografi, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang mendalam dan komprehensif.

Menurut Afrizal, dalam penelitian kualitatif, ada dua kategori informan: informan pengamat dan informan pelaku. Yang pertama adalah informan pengamat. Para informan pengamat adalah informan yang memberikan informasi tentang orang lain, peristiwa, atau situasi yang mereka amati. Mereka tidak terlibat langsung dalam aktivitas yang diteliti, tetapi memiliki pengetahuan cukup untuk menjelaskan apa yang terjadi. Kedua, informan pelaku. Para informan pelaku adalah informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang interpretasinya (maknanya) atau tentang pengetahuannya terhadap suatu kejadian. Mereka adalah subjek penelitian itu sendiri (Afrizal, 2015).

**1) Informan Pelaku:**

Mahasiswa aktif Universitas Andalas yang merupakan pengunjung tetap *coffee shop* (2-3x seminggu).

**2) Informan Pengamat:**

Pemilik/Pengelola/Karyawan *Coffee shop*, yang dapat memberikan gambaran dan informasi tambahan terkait *coffee shop*.

Tabel 2 Data Informan

No	Inisial>Nama Samaran	Jenis Kelamin	Umur	Fakultas	Status	Frekuensi Kunjungan
1.	Akhram	Laki-laki	21	Pertanian	Pengunjung Cafe Dari Sini	4-5 kali dalam seminggu
2.	Yazid	Laki-laki	21	Teknologi Pertanian	Pengunjung Cafe Dari Sini	2-3 kali dalam seminggu
3.	Lina	Perempuan	21	FISIP	Pengunjung Cafe Dari Sini	5-6 kali/bulan atau 2 kali dalam seminggu
4.	Dini	Perempuan	22	FISIP	Pengunjung Re:Spass Coffee	3-4 kali dalam seminggu
5.	Via	Perempuan	21	FEB	Pengunjung Re:Spass Coffee	2-3 kali dalam seminggu
6.	Fitri	Perempuan	22	Teknik	Pengunjung Re:Spass Coffee	2-3 kali dalam seminggu
7.	Preti	Perempuan	22	FIB	Pengunjung Re:Spass Coffee	2-3 kali dalam seminggu
8.	Azmi	Laki-laki	21	Hukum	Pengunjung Northeast	3 kali dalam seminggu
9.	Said	Laki-laki	22	Peternakan	Pengunjung Northeast	2-3 kali dalam seminggu
10.	Alya	Perempuan	21	Hukum	Pengunjung Northeast	2-3 kali dalam seminggu
11.	Wafiq	Laki-laki	24	-	Pemilik Northeast	-
12.	Salwa	Perempuan	23	FIB	Pegawai Northeast	-
13.	Adri	Laki-laki	35	-	Pengelola Re:Spass Coffee	-
14.	Rifki	Laki-laki	20	-	Pegawai Re:Spass Coffee	-
15.	Ilyas	Laki-laki	24	FISIP	Pengelola Cafe Dari Sini	-
16.	Bunga	Perempuan	21	Hukum	Pegawai Cafe Dari Sini	-

Sumber: Data Primer, 2025

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

##### **a. Observasi**

Observasi adalah metode untuk mengumpulkan data dengan cara mengamati langsung fenomena yang sedang dipelajari. Spradley (1980) menyebutkan bahwa observasi membantu peneliti memahami perilaku manusia dalam konteks alamnya (Spradley, 1980). Observasi dapat dilakukan secara partisipatif, di mana peneliti terlibat langsung dengan subjek penelitian, atau non-partisipatif, yang hanya berfokus pada pengamatan tanpa keterlibatan langsung. Observasi memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai interaksi sosial, pola konsumsi, serta faktor lingkungan yang memengaruhi perilaku subjek penelitian.

##### **b. Wawancara**

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan berkomunikasi langsung dengan informan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam. Kvale (1996) menyatakan bahwa wawancara merupakan metode efektif untuk memahami pandangan subjek penelitian melalui dialog langsung (Kvale, 1996). Wawancara dapat bersifat terstruktur, di mana pertanyaan telah disiapkan sebelumnya, atau tidak terstruktur, yang lebih fleksibel dan berkembang sesuai dengan alur diskusi. Melalui wawancara, peneliti dapat mengeksplorasi persepsi, pengalaman, dan pandangan informan terhadap fenomena yang diteliti.

##### **c. Dokumentasi**

Dokumentasi melibatkan pengumpulan data dari sumber tertulis dan visual, seperti foto, video, artikel, laporan, atau publikasi akademik yang relevan. Bogdan dan Biklen

(2007) menegaskan bahwa dokumentasi memberikan konteks yang lebih kaya untuk mendukung analisis penelitian (Bogdan & Biklen, 2007). Dokumentasi membantu dalam melengkapi hasil observasi dan wawancara dengan bukti konkret yang dapat memberikan perspektif tambahan terhadap fenomena yang diteliti.

## **5. Analisis Data**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis data. Metode ini menghasilkan data deskriptif yang berasal dari kata-kata tertulis, lisan, atau perilaku yang diamati. Miles dan Huberman (1994) menjelaskan bahwa analisis data kualitatif mencakup empat tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Berikut adalah penjelasan tiap tahap:

### **a. Reduksi Data**

Menurut Miles dan Huberman (1994), reduksi data merupakan proses penyederhanaan, pengorganisasian, dan pemilihan data berdasarkan relevansi dengan tujuan penelitian (Miles & Huberman, 1994). Proses ini dilakukan dengan merangkum, memilih, dan memfokuskan data yang telah dikumpulkan agar lebih sistematis dan mudah dianalisis lebih lanjut. Reduksi data membantu dalam mengidentifikasi pola utama yang muncul dari penelitian.

### **b. Penyajian Data (Data Display)**

Menurut Miles dan Huberman (1994), penyajian data adalah proses mengorganisasikan dan merangkum informasi dalam bentuk yang memungkinkan penarikan kesimpulan secara sistematis. Bentuk penyajian data bisa dalam berbagai format seperti narasi deskriptif, bagan alur, matriks, tabel, grafik, atau diagram untuk

memperjelas hubungan antarvariabel dan memudahkan proses analisis lebih lanjut. Penyajian yang baik memungkinkan peneliti melihat pola, tren, serta hubungan antar konsep yang ditemukan dalam penelitian.

### **c. Kesimpulan**

Miles dan Huberman (1994) menyatakan bahwa kesimpulan adalah hasil sintesis temuan penelitian dalam bentuk yang jelas dan bermakna (Miles & Huberman, 1994). Kesimpulan diambil berdasarkan pola-pola yang telah diidentifikasi dalam data yang telah dianalisis. Proses ini melibatkan interpretasi mendalam untuk menghubungkan temuan penelitian dengan teori yang digunakan serta menjawab pertanyaan penelitian secara menyeluruh. Kesimpulan yang dihasilkan harus bersifat logis, konsisten, dan mendukung tujuan penelitian.

## **6. Proses Jalannya Penelitian**

Penelitian ini dilakukan secara bertahap sejak bulan Januari hingga Mei tahun 2025. Lokasi penelitian difokuskan pada tiga coffee shop di daerah Universitas Andalas Limau Manis, Kota Padang; yaitu Northeast Coffee, Respass Coffee & Space, dan Café Dari Sini. Ketiga lokasi ini dipilih berdasarkan survei awal yang dilakukan peneliti untuk melihat coffee shop mana saja yang paling sering dikunjungi oleh mahasiswa, khususnya dalam konteks sebagai ruang alternatif interaksi sosial.

Tahap awal penelitian dimulai dari penyusunan proposal dan pengumpulan teori yang relevan, khususnya yang berkaitan dengan ruang sosial, interaksi, dan budaya konsumsi di kalangan mahasiswa. Peneliti juga menyebarkan form survei daring melalui Google Form untuk menjaring data awal mengenai preferensi mahasiswa

dalam memilih coffee shop sebagai tempat berkumpul, belajar, atau rapat/meeting nya mahasiswa. Survei ini sekaligus menjadi langkah awal untuk menentukan lokasi lapangan yang paling sesuai dengan topik penelitian.

Setelah data awal terkumpul, peneliti melakukan kunjungan observasi awal ke beberapa coffee shop, dan akhirnya memutuskan tiga tempat utama sebagai lokasi penelitian lapangan berdasarkan popularitas, potensi interaksi sosial, serta keragaman pengunjungnya.

Penelitian lapangan dimulai di Northeast Coffee. Di coffee shop ini, peneliti menghadapi tantangan awal berupa jadwal pengelola dan pegawai yang sangat padat, sehingga proses wawancara harus dijadwalkan secara fleksibel dan berlangsung bertahap. Namun, dengan komunikasi yang intens dan pendekatan yang baik, peneliti akhirnya dapat melakukan wawancara mendalam dengan pengelola dan beberapa pegawai, serta observasi interaksi pengunjung di Lokasi

Selanjutnya, peneliti berpindah ke lokasi kedua yaitu Respass Coffee & Space. Sama seperti di lokasi sebelumnya, tantangan utama masih terkait kesulitan menjadwalkan wawancara dengan pengelola, yang memiliki kegiatan manajerial yang cukup padat di luar coffee shop. Meski begitu, peneliti tetap dapat melakukan wawancara secara langsung dengan pengelola dan pegawai yang tersedia, serta mengamati situasi interaksi sosial yang berlangsung di ruang dalam dan luar kedai.

Tahap terakhir dilakukan di Café Dari Sini. Di lokasi ini, proses penelitian berjalan lebih lancar karena ketersediaan waktu dari pengelola dan staf yang lebih terbuka dan kooperatif. Peneliti dapat melakukan observasi dan wawancara secara

intensif dengan pegawai serta pengelola, sehingga memperoleh data yang cukup mengenai dinamika sosial mahasiswa di ruang tersebut.

Secara keseluruhan, metode utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi partisipatif dan wawancara mendalam terhadap pengelola, pegawai, serta mahasiswa pengunjung di masing-masing lokasi. Peneliti juga mencatat interaksi sosial, tata ruang, serta atmosfer budaya yang berkembang di tiap coffee shop sebagai bagian dari data etnografi.

Meskipun menghadapi beberapa kendala, khususnya dalam hal penyesuaian waktu dengan para informan yang memiliki jadwal padat, peneliti tetap memperoleh data yang relevan dan cukup komprehensif berkat proses komunikasi yang berkelanjutan, pendekatan yang santai namun profesional, serta dukungan dari pihak coffee shop dalam memberikan informasi yang dibutuhkan. Ketiga lokasi penelitian ini memberikan gambaran yang beragam mengenai bagaimana coffee shop dapat menjadi ruang alternatif interaksi sosial di kalangan mahasiswa.

