

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Coffee shop saat ini tidak lagi sekadar tempat untuk menikmati secangkir kopi. Di kota-kota, tempat ini telah berubah menjadi ruang sosial yang penuh interaksi di dalamnya. Banyak orang, terutama perempuan, menjadikan *coffee shop* sebagai tempat untuk berkumpul, bekerja, berbagi cerita, hingga menampilkan diri. Aktivitas sederhana seperti memilih tempat duduk, memotret minuman, dan membagikannya ke media sosial menjadi bagian dari cara perempuan mengekspresikan identitasnya di ruang publik. Fenomena ini mencerminkan perubahan gaya hidup masyarakat urban yang makin terbuka, dinamis serta menunjukkan bagaimana ruang-ruang publik kini memberi tempat bagi perempuan untuk hadir, terlihat, dan diakui. Salah satu bentuk aktivitas yang berkembang dalam konteks ini adalah aktivitas *nongkrong* yang kini menjadi bagian dari keseharian masyarakat urban (Arisi et al., 2022).

Aktivitas *nongkrong* telah menjadi fenomena yang melekat dalam kehidupan masyarakat urban kontemporer. Aktivitas *nongkrong* ini awalnya di pahami sebagai kegiatan bersantai untuk mengisi waktu luang yang secara informal seperti berkumpul di warung kopi, *lapau*, atau tempat-tempat publik lainnya. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) *nongkrong* adalah *menongkrong/me.nong.krong/* berarti berjongkok, atau duduk-duduk saja karena tidak bekerja, atau berada di suatu tempat. *Nongkrong* secara lebih luas bermakna *kongko-kongko* bersama teman yang biasanya dilakukan dengan yang seumuran.

Aktivitas ini melibatkan pembicaraan dari topik yang remeh hingga serius, dan umumnya dilakukan di kedai kopi atau kafe (Fahtoni, 2022:16).

Seiring perkembangan waktu, aktivitas *nongkrong* tidak lagi dipahami hanya sebagai kegiatan santai untuk mengisi waktu luang. *Nongkrong* kini berkembang menjadi praktik sosial yang lebih luas dan kompleks, mencakup kegiatan belajar, bekerja, berdiskusi, berfoto, hingga membangun relasi. *Coffee shop* tidak lagi berfungsi sebagai tempat untuk duduk dan minum semata, tetapi berubah menjadi ruang sosial tempat individu berinteraksi, memperlihatkan diri, dan saling membangun makna. Perubahan ini muncul seiring dengan dinamika gaya hidup modern yang semakin cepat, praktis, dan terhubung dengan teknologi digital (Afdholy, 2019:50). Padatnya aktivitas perkotaan membuat masyarakat membutuhkan ruang alternatif untuk berkumpul tanpa kehilangan konektivitas sosial. *Coffee shop*, kafe, dan ruang tongkrong lainnya kemudian mengambil peran tersebut sebagai ruang sosial yang fleksibel dan mudah diakses.

Menurut Soegijanto (2012:22), masyarakat perkotaan ditandai oleh mobilitas yang tinggi, gaya hidup modern, dan pola interaksi sosial yang kompleks. Dalam kondisi tersebut, perubahan gaya hidup memunculkan berbagai ruang publik yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat berkumpul, tetapi juga mengandung nilai simbolik dan representatif. *Coffee shop*, misalnya, tidak lagi sekadar tempat membeli minuman, tetapi menjadi ruang bagi masyarakat urban untuk membangun relasi sosial, menampilkan gaya hidup, serta memperlihatkan identitas pribadi maupun kelompok. Kehadiran media sosial makin memperkuat peran ini, karena aktivitas di *coffee shop* tidak hanya dialami secara langsung, tetapi juga dibagikan

kepada publik melalui foto dan video. Dengan demikian, *coffee shop* menjadi bagian dari budaya urban yang membantu seseorang menunjukkan siapa dirinya, apa yang ia lakukan, dan komunitas seperti apa yang ingin ia tampilkan kepada orang lain.

Aktivitas *nongkrong* bukan lagi sekadar kegiatan santai, tetapi telah berkembang menjadi cara masyarakat membangun jaringan sosial, memperoleh pengakuan, serta menegosiasikan identitas diri (Sudarman, 2023:54). *Coffee shop* pun mengalami perubahan dari bentuk tradisional ke model modern yang kini menjadi ikon utama kegiatan *nongkrong*. Pada dasarnya, *nongkrong* merupakan bentuk interaksi sosial yang bersifat informal, namun tetap memiliki struktur tersendiri. Di dalamnya terdapat aturan tidak tertulis mengenai siapa yang diterima dalam kelompok, bagaimana cara berkomunikasi, serta perilaku apa yang dianggap pantas. Dalam konteks ini, *nongkrong* bukan hanya aktivitas duduk bersama, tetapi menjadi aktivitas untuk bertukar ide, memperkuat hubungan antarindividu, dan membangun pola interaksi sosial di dalam kelompok tersebut.

Aktivitas *nongkrong* juga mencerminkan dinamika sosial dalam masyarakat. *Nongkrong* dapat menjadi cara seseorang menunjukkan afiliasi kelompok, memperkuat identitas, sekaligus menampilkan selera dan posisi sosial. Pilihan tempat, gaya berpakaian, jenis konsumsi, hingga cara berbicara menjadi ekspresi simbolik yang menunjukkan bagaimana seseorang ingin dilihat oleh orang lain. Aktivitas ini tentu membutuhkan ruang untuk mewadahnya, dan salah satu tempat yang kini dipilih sebagai lokasi *nongkrong* adalah *coffee shop*.

Coffee shop pada mulanya dikenal sebagai tempat yang menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman non-alkohol dalam suasana santai, nyaman, dan dilengkapi fasilitas seperti musik, televisi, bacaan, serta koneksi internet nirkabel (Aryani et al., 2022:140). Namun keberadaannya kini tidak lagi dipahami hanya sebagai ruang atau tempat untuk membeli dan mengonsumsi minuman. *Coffee shop* juga berfungsi sebagai ruang sosial karena di dalamnya orang berkumpul, mengobrol, bekerja, belajar, hingga membangun relasi sosial dengan individu lain. Sebagai ruang sosial, *coffee shop* menjadi tempat terjadinya berbagai bentuk interaksi dan pertukaran makna antar individu, di mana pengunjung tidak hanya hadir untuk menikmati kopi, tetapi juga untuk menunjukkan gaya hidup, membangun jejaring, dan memperkuat identitas sosial mereka (Olivia, 2022:254). Pergeseran makna dan fungsi ini menunjukkan bahwa *coffee shop* berkembang menjadi ruang interaksi manusia modern, lebih dari sekadar tempat menikmati kopi.

Coffee shop kini semakin mudah ditemukan di berbagai kota di Indonesia, termasuk di Kota Padang. Menurut data Dinas Perdagangan Kota Padang, terdapat 92 *coffee shop* yang beroperasi pada tahun 2020, dan jumlah ini terus bertambah hingga saat ini (Dinas Perdagangan, 2020). Bahkan pada tahun 2022, beberapa *coffee shop* baru terus bermunculan meskipun belum seluruhnya tercatat secara resmi. Perkembangan ini menunjukkan bahwa *coffee shop* telah menjadi bagian penting dari lanskap Kota Padang, menghadirkan ruang baru bagi masyarakat untuk berkumpul, bekerja, dan berinteraksi.

Warung kopi tradisional dahulu identik sebagai ruang maskulin tempat laki-laki berkumpul untuk membahas isu sosial, politik, olahraga, atau kehidupan sehari-

hari. Perempuan sangat jarang hadir di ruang publik semacam itu karena norma sosial membatasi ruang gerak mereka (Anjani & Hasmira, 2022: 615). Namun, kondisi ini mulai berubah dengan hadirnya *coffee shop* modern yang menawarkan ruang lebih terbuka bagi perempuan untuk beraktivitas. Ruang ngopi tidak lagi dipahami sebagai ruang maskulin yang gelap dan tertutup, melainkan berkembang menjadi tempat yang nyaman, estetis, aman, dan inklusif bagi berbagai kalangan. Pergeseran ini menunjukkan transformasi budaya “ngopi” dari aktivitas laki-laki di warung tradisional menuju gaya hidup urban yang lebih modern dan egaliter. Hal ini terlihat jelas di Kota Padang, di mana berbagai *coffee shop* bermunculan dengan suasana yang mendukung interaksi antar gender dan generasi.

Awal mulanya, *coffee shop* hanya dipandang sebagai tempat untuk menikmati minuman dan bersantai. Namun, seiring perkembangannya, *coffee shop* berubah menjadi ruang sosial di mana makna tercipta melalui interaksi, hubungan sosial, dan cara pengunjung merepresentasikan diri mereka (Setiati, Santosa, & Syarief, 2016:23). Dalam perkembangan ini, perempuan tidak lagi hadir sebagai pengunjung pasif, tetapi menjadi aktor yang ikut membentuk dan memberi makna pada ruang tersebut (Rizqiadni, Hadiati, & Firmansyah, 2023). *Coffee shop* modern menawarkan kenyamanan baik secara fisik maupun sosial, sehingga perempuan merasa lebih leluasa untuk *nongkrong*, bekerja, atau bersosialisasi dengan teman-teman mereka (Anjani & Hasmira, 2022:617). Dengan demikian, *coffee shop* tidak lagi sekadar dipahami sebagai tempat menikmati kopi, tetapi telah menjadi ruang sosial yang memungkinkan perempuan menegosiasikan peran, identitas, dan keberadaannya di ruang publik modern.

Keterlibatan perempuan dalam aktivitas *nongkrong* ini memperlihatkan pergeseran ruang aktivitas yang sebelumnya lebih domestik kini bergeser ke ruang publik (Azura et al., 2024). Jika dahulu perempuan banyak dibatasi di ranah rumah tangga, kini mereka hadir di ruang-ruang publik seperti *coffee shop* yang memberi keleluasaan untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, dan membangun jejaring sosial. Keterkaitan antara ruang sosial dan identitas sosial tampak dari bagaimana ruang dalam hal ini *coffee shop* memberi wadah bagi individu untuk menampilkan, membentuk, dan menegosiasikan identitasnya melalui interaksi sosial. Seperti dijelaskan oleh Setiati (2015), *coffee shop* saat ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati kopi, tetapi telah menjadi tempat bersosialisasi, hiburan, dan produktivitas, yang menunjukkan bahwa ruang ini berperan dalam pembentukan makna sosial pengunjungnya. Artinya, ketika perempuan hadir di *coffee shop*, mereka tidak hanya “mengisi” ruang tersebut, tetapi juga menciptakan makna baru yang mencerminkan posisi sosial, gaya hidup, serta nilai-nilai yang ingin mereka tampilkan di hadapan publik. Dengan demikian, *coffee shop* bukan hanya tempat minum kopi, tetapi juga ruang sosial yang memperkuat eksistensi dan identitas sosial perempuan di masyarakat urban yang terus berkembang.

Salah satu *coffee shop* yang menggambarkan fenomena tersebut adalah *Coffee Shop Kopkit Indonesia Cabang Sutomo*. Tempat ini menjadi salah satu titik pertemuan sosial anak muda di Kota Padang. Suasananya yang estetik, fasilitas lengkap seperti Wi-Fi dan colokan listrik, serta waktu operasional yang fleksibel menjadikan *Coffee Shop Kopkit Indonesia Cabang Sutomo* yang satu ini sebagai tempat ideal bagi mahasiswa, pekerja, maupun komunitas untuk berkegiatan.

Perempuan menjadi salah satu pengunjung dominan di tempat ini, terutama pada sore hingga malam hari. Mereka datang tidak hanya untuk menikmati kopi, tetapi juga untuk bekerja, berdiskusi, dan bersosialisasi.

Fenomena *nongkrong* perempuan di *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo memperlihatkan pergeseran cara perempuan memaknai ruang publik. Aktivitas *nongkrong* mereka tidak hanya sebatas untuk bersantai, tetapi juga menjadi bentuk ekspresi diri. Mereka datang dengan penampilan yang beragam mulai dari gaya berpakaian yang kasual hingga modis lalu memilih minuman kekinian seperti *matcha* atau *coffee latte*, serta aktif mereka mendokumentasikan momen *nongkrong* yang mereka lakukan di *coffee shop* di media sosial milik pribadi. Aktivitas sederhana seperti berfoto, membuat video TikTok, atau mengunggah foto atau video di *story* Instagram menjadi bagian dari cara mereka menampilkan diri di hadapan publik virtual.

Fenomena *nongkrong* di *coffee shop* telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban, khususnya kalangan perempuan (Ridwan, 2023). Aktivitas ini tidak lagi dipahami sekadar sebagai hiburan, tetapi telah berubah menjadi praktik sosial yang memiliki makna simbolik. Perempuan yang hadir di *coffee shop* membawa laptop, mencatat tugas, atau melakukan pekerjaan lain di tengah suasana publik ingin memperlihatkan citra diri sebagai individu yang produktif, mandiri, dan modern (Iqbal, Handoyo, & Harianto, 2024:16). Di sisi lain, perempuan yang tampil modis, berfoto, dan aktif membagikan momen *nongkrong* ke media sosial menunjukkan identitas sebagai perempuan yang mengikuti tren dan perkembangan

budaya populer. Hal ini menegaskan bahwa *nongkrong* di *coffee shop* adalah bagian dari upaya perempuan dalam membangun dan mempertontonkan identitas diri.

Secara teoretis, fenomena ini dapat dijelaskan melalui Teori Dramaturgi Erving Goffman (1959) yang melihat kehidupan sosial sebagai sebuah pertunjukan teater. *Coffee shop* menjadi *front stage*, tempat perempuan menampilkan citra terbaik mereka kepada publik dimana peran sebagai perempuan produktif maupun perempuan *stylish* yang peduli pada *self-care*. Mereka menata penampilan, memilih atribut, dan mengatur sikap agar sesuai dengan identitas yang ingin ditampilkan. Sementara *back stage* atau kehidupan privat menunjukkan sisi yang bertolak belakang, seperti rasa lelah, tekanan akademik, hingga kecemasan finansial yang tidak tampak pada panggung depan. Dengan demikian, performa yang ditunjukkan di *coffee shop* merupakan bentuk *impression management* untuk mendapatkan pengakuan sosial dan mempertahankan identitas yang dianggap ideal.

Henri Lefebvre (1991) lebih jauh menjelaskan bahwa ruang publik bukan hanya tempat fisik tetapi ruang sosial yang diproduksi melalui praktik sosial penggunaannya. *Coffee shop* sebagai ruang publik modern menjadi arena bagi perempuan untuk menegosiasikan keberadaan mereka di tengah nilai budaya yang sebelumnya membatasi gerak perempuan di ruang publik. Pilihan untuk *nongkrong*, selama penampilan dan perilaku tetap “sesuai,” menjadi cara perempuan menegaskan bahwa mereka berhak atas ruang kota dan memiliki kontrol atas mobilitas sosial serta hidupnya. *Coffee shop* kemudian tidak hanya menjadi tempat minum kopi, tetapi juga ruang representasi identitas dan aktualisasi diri perempuan.

Fenomena *nongkrong* ini juga berhubungan dengan dari budaya konsumsi. Jean Baudrillard (1998) menyatakan bahwa masyarakat modern mengonsumsi bukan hanya barang, tetapi tanda dan simbol. Dalam konteks ini, *nongkrong* di *coffee shop* berfungsi sebagai konsumsi gaya hidup dimana kopi, spot Instagrammable, akses Wi-Fi, hingga *photobooth* menjadi tanda status yang menunjukkan kelas sosial dan modernitas. Kehadiran perempuan di *coffee shop* menjadi sarana mereka untuk mengonsumsi identitas tertentu baik sebagai perempuan berdaya yang produktif maupun sebagai perempuan yang dapat merawat diri dan tampil estetik. Dengan kata lain, konsumsi ruang dan produk *coffee shop* merupakan konsumsi simbolik atas status dan eksistensi diri.

Keterlibatan perempuan dalam budaya *nongkrong* ini memperlihatkan adanya pergeseran nilai dalam masyarakat. Jika sebelumnya perempuan sering dibatasi pada ruang domestik, kini ruang publik seperti *coffee shop* menjadi medium yang memperkuat posisi perempuan sebagai aktor sosial yang aktif dan memiliki daya tawar dalam menentukan gaya hidupnya sendiri (Kiranantika & Haryuni, 2020: 237). Namun, kebebasan tersebut tetap beriringannya dengan tekanan sosial baru perempuan merasa perlu terus tampil produktif dan *stylish* agar tetap sesuai dengan standar identitas perempuan yang ideal.

Berdasarkan kondisi tersebut, penting untuk memahami bagaimana perempuan memaknai *coffee shop* sebagai ruang sosial yang digunakan untuk mengekspresikan diri dan menegosiasikan identitas mereka di tengah tuntutan budaya kota yang kompetitif dan konsumtif. Fenomena ini menarik untuk dikaji dalam konteks antropologi sosial karena memperlihatkan relasi kompleks antara ruang publik,

budaya konsumsi, performativitas, dan konstruksi identitas perempuan di era modern.

Penelitian ini berfokus pada dua pertanyaan utama, yaitu bagaimana perempuan memaknai keberadaan *coffee shop* sebagai ruang publik, serta bagaimana aktivitas *nongkrong* tersebut mencerminkan ekspresi diri dan proses pembentukan identitas mereka di hadapan masyarakat. Dengan menelaah praktik sosial ini, penelitian diharapkan mampu menunjukkan bahwa budaya *nongkrong* perempuan bukan sekadar aktivitas bersantai, melainkan strategi sosial yang memungkinkan mereka mengelola citra diri, memperoleh pengakuan, serta menegaskan eksistensinya sebagai bagian dari perempuan yang modern dan berdaya. *Coffee shop* dalam konteks ini tidak hanya berperan sebagai ruang konsumsi, tetapi menjadi wadah penting bagi perempuan untuk bernegosiasi dengan nilai-nilai kultural, berekspresi secara bebas, dan membangun identitas yang sesuai dengan perkembangan gaya hidup kontemporer di Kota Padang.

B. Rumusan Masalah

Idealnya, *coffee shop* pada dasarnya dirancang sebagai ruang publik yang netral, tempat orang bisa menikmati kopi, bersantai, atau bekerja tanpa merasa dinilai. Namun, di *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo, fenomena perempuan yang *nongkrong* itu terlihat jelas. Aktivitas *nongkrong* ini tidak hanya berupa duduk santai, namun aktivitasnya beragam. Aktivitas yang dilakukan mulai dari bekerja dengan menggunakan laptop, berdiskusi dalam kelompok, hingga mengobrol santai. Penampilan perempuan yang *nongkrong* juga sangat beragam. Mereka mengenakan gaya pakaian yang sedang tren, memakai riasan wajah dengan

khas yang sedang viral, memesan minuman populer seperti kopi atau matcha, yang saat ini sedang digemari. Selain itu, mereka juga aktif berfoto dan membuat konten dari platform seperti TikTok, lalu membagikan momen *nongkrong* tersebut di media sosial. Terciptanya bentuk aktivitas yang beragam ini menunjukkan bagaimana *coffee shop* menjadi ruang sosial yang dinamis dan penuh makna bagi perempuan.

Fenomena *nongkrong* perempuan di *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo tidak hanya tentang duduk santai sambil menikmati kopi. Lebih dari itu, aktivitas *nongkrong* ini menunjukkan bagaimana perempuan menjalani kehidupan sosial di tengah kota yang modern. *Coffee shop* kini menjadi tempat mereka belajar, bekerja, bersosialisasi, sekaligus mengekspresikan diri. Melalui cara berpakaian, pilihan tempat duduk, hingga aktivitas membuat konten, perempuan menunjukkan bagaimana mereka ingin dilihat oleh orang lain. *Nongkrong* di *coffee shop* dilihat bukan hanya sekadar kegiatan mengisi waktu, tetapi juga cara untuk menampilkan siapa diri mereka.

Perubahan ini tidak lepas dari berkembangnya budaya ngopi di Kota Padang. Dahulu, tempat ngopi lebih banyak ditemukan di warung kopi tradisional yang didominasi oleh laki-laki namun, seiring berjalannya waktu munculnya *coffee shop* modern seperti Kopkit Indonesia yang dimana suasana jauh lebih nyaman dan lebih terbuka bagi perempuan. *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo menjadi ruang yang dianggap aman, nyaman, dan bebas untuk melakukan kegiatan. Di *coffee shop* ini, perempuan bisa hadir, bisa bekerja dengan laptop, bertemu hingga berdiskusi bersama teman. Meskipun begitu, kebebasan perempuan di ruang publik masih sering dihadapkan dengan pandangan sosial yang beragam dimana ada yang

menganggap hal itu wajar dan modern, namun ada juga yang masih menilainya dari sisi moral dan sopan santun.

Coffee shop dalam suasana seperti ini berfungsi sebagai ruang sosial bagi perempuan untuk menampilkan diri sesuai dengan keinginan mereka. Ada yang ingin terlihat menampilkan dirinya produktif urban berdaya dan dilakukan dengan cara membawa laptop dan buku catatan, ada yang ingin menampilkan dirinya modis dengan cara memakai berpakaian yang sedang tren pada masa kini. Atribut yang dibawa dan di pakai adalah salah satu bentuk cara perempuan mengekspresikan dirinya di ruang publik. Melalui aktivitas *nongkrong* yang tampak sederhana ini, sebenarnya dibaliknya mereka sedang membentuk citra diri dan memperlihatkan identitas sosialnya sebagai perempuan yang aktif, mandiri, dan mengikuti perkembangan zaman. Namun, di balik semua aktivitas *nongkrong* tersebut muncul pertanyaan penting untuk menunjang penelitian ini:

1. Bagaimana aktivitas *nongkrong* dan bagaimana makna *coffee shop* bagi perempuan?
2. Bagaimana aktivitas *nongkrong* tersebut mencerminkan ekspresi diri dan pembentukan identitas perempuan di ruang publik?

C. Tujuan Penelitian

1. Menjelaskan bagaimana aktivitas *nongkrong* yang dilakukan perempuan dan bagaimana pemaknaan terhadap *coffee shop* bagi perempuan.
2. Menganalisis bagaimana aktivitas *nongkrong* di *coffee shop* mencerminkan ekspresi diri dan menjadi sarana pembentukan identitas perempuan di ruang publik.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis, penelitian ini memberikan kontribusi bagi kajian antropologi sosial, terutama mengenai ruang publik, ekspresi diri, dan pembentukan identitas perempuan. Penelitian ini menunjukkan bahwa *nongkrong* bukan sekadar kegiatan bersantai, tetapi sebuah praktik sosial di mana perempuan membangun dan menampilkan citra diri yang mereka inginkan. Melalui cara berpakaian, pilihan tempat duduk, penggunaan atribut, hingga perilaku yang mereka tampilkan, perempuan memperlihatkan bahwa identitas sosial adalah sesuatu yang dipertunjukkan dan terus dinegosiasikan, bukan muncul secara otomatis. Aktivitas *nongkrong* ini menjadi sarana bagi perempuan untuk menunjukkan citra sebagai pribadi yang produktif, mandiri, rapi, percaya diri, atau *stylish*, sementara sisi pribadi yang letih atau penuh tekanan sering disembunyikan.

Penelitian ini juga memperkuat pemahaman bahwa *coffee shop* merupakan ruang tempat identitas ditampilkan dalam budaya urban bukan hanya tempat membeli minuman, tetapi ruang sosial yang dibentuk oleh gaya hidup, simbol, dan praktik konsumsi. Bagi perempuan, *coffee shop* menjadi tempat penting untuk mengekspresikan diri dan membentuk posisi sosial di tengah budaya kota yang menekankan tampilan. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya kajian antropologi sosial mengenai bagaimana ruang publik modern digunakan untuk membentuk, menampilkan, dan menegosiasikan identitas perempuan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak yang berhubungan dengan ruang publik perkotaan. Bagi pengelola *Coffee Shop* Kopkit

Indonesia Cabang Sutomo dan pelaku usaha serupa, temuan penelitian ini dapat menjadi acuan untuk memahami motivasi dan kebutuhan perempuan ketika *nongkrong*. Pengetahuan ini dapat membantu pengelola menciptakan ruang yang lebih aman, nyaman, dan ramah perempuan, baik melalui desain ruang, pelayanan, maupun suasana yang mendukung kegiatan produktif dan ekspresif.

Bagi perempuan, penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi mengenai makna di balik aktivitas *nongkrong*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *nongkrong* tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga cara untuk menegosiasikan identitas, mencari ruang aman, dan mendapatkan pengakuan sosial. Kesadaran ini diharapkan mendorong perempuan lebih bijak dalam mengatur gaya hidup, menghadapi tekanan untuk tampil ideal, serta menyeimbangkan kebutuhan pribadi dengan tuntutan sosial di ruang publik.

Bagi akademisi dan peneliti, penelitian ini dapat menjadi referensi untuk memperkaya kajian tentang perempuan, ruang publik, dan budaya konsumsi di lingkungan urban. Temuan penelitian ini juga dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian lanjutan mengenai bagaimana ruang-ruang modern seperti *coffee shop*, *coworking space*, maupun ruang digital membentuk pengalaman sosial dan identitas perempuan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi pengelola ruang publik dan perempuan sebagai pengguna, tetapi juga memberikan kontribusi penting bagi pengembangan pengetahuan tentang kehidupan perempuan di Indonesia.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka ini merupakan fondasi yang penting untuk memahami lanskap akademik yang relevan dengan rencana penelitian ini. Tinjauan ini menelusuri literatur-literatur kunci yang telah membentuk pemahaman mengenai fenomena *nongkrong*, *coffee shop*, dan perempuan.

Fenomena *nongkrong* di *coffee shop* sebagai praktik sosial telah banyak dibahas dalam sejumlah penelitian, baik dari perspektif gaya hidup, identitas, maupun ruang publik. Namun, sebagian besar penelitian tersebut belum secara spesifik mengangkat bagaimana perempuan memaknai aktivitas *nongkrong* di *coffee shop* dan identitas apa yang mereka bentuk di dalamnya, khususnya pada ruang kontemporer seperti *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo di Kota Padang. Di sinilah letak pentingnya penelitian ini. Fokus penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana aktivitas *nongkrong* bagi perempuan tidak hanya menjadi kegiatan mengisi waktu luang, tetapi juga menjadi sarana ekspresi diri sekaligus proses pembentukan identitas sosial. *Nongkrong* dipandang bukan sebagai aktivitas yang biasa, melainkan sebagai cara perempuan menampilkan siapa diri mereka dan bernegosiasi dengan lingkungan sosial di ruang publik.

Terlihat dalam tulisan Yustina et al., (2023) berjudul “*Gaya Hidup Nongkrong Perempuan Sosialita di Kafe Kota Parepare*” yang menjelaskan bahwa aktivitas *nongkrong* bukan sekadar kegiatan bersantai, melainkan bagian dari gaya hidup yang mengekspresikan kelas sosial dan eksistensi perempuan sosialita. Dalam penelitian tersebut, perempuan sosialita menjadikan kafe sebagai ruang publik untuk mempertontonkan status, memperluas relasi sosial, serta menunjukkan

identitas modern dan berkelas. Dengan demikian, fokus utama penelitian tersebut berada pada aspek status sosial dan representasi kelas yang diperlihatkan melalui aktivitas *nongkrong* di ruang publik.

Penelitian ini mengambil arah yang berbeda. Meskipun sama-sama meneliti aktivitas *nongkrong* perempuan di ruang publik, penelitian ini tidak menitikberatkan pada perempuan sosialita atau kelas sosial tertentu. Penelitian ini justru melihat perempuan secara umum di Kota Padang sebagai subjek aktif yang memaknai *nongkrong* di *coffee shop* sebagai bagian dari proses ekspresi diri dan pembentukan identitas sosial. Perbedaan paling mendasar terletak pada pendekatan teoritis yang digunakan. Penelitian ini menggunakan Teori Dramaturgi

Goffman (1959) untuk memahami bagaimana perempuan menampilkan diri mereka di ruang publik seperti *coffee shop*. Dalam konteks ini, *coffee shop* dipahami sebagai “panggung depan” (*front stage*) tempat perempuan menampilkan citra diri yang diinginkan baik sebagai individu yang produktif, modern, maupun modis dapat dilihat melalui cara berpakaian, aktivitas, dan interaksi sosial yang mereka lakukan. Sementara itu, ruang pribadi seperti rumah atau kos menjadi “panggung belakang” (*back stage*), tempat mereka tampil lebih alami dan tanpa tekanan sosial.

Pendekatan dramaturgi ini, penelitian memandang perempuan bukan sebagai objek yang sekadar mempertontonkan status sosial sebagaimana pada penelitian Yustina et al., (2023), melainkan sebagai aktor aktif yang secara sadar mengatur dan menegosiasikan peran sosialnya di ruang publik. Aktivitas *nongkrong* di *coffee shop* dalam penelitian ini dilihat sebagai bentuk *presentation of self* yakni upaya

perempuan untuk menampilkan identitas diri dan memperoleh pengakuan sosial tanpa harus membatasi diri pada konstruksi kelas tertentu.

Konteks budaya tempat penelitian ini dilakukan juga memberikan dimensi baru. Kota Padang dengan masyarakat Minangkabau yang menjunjung norma kesopanan dan moral perempuan menghadirkan tantangan tersendiri bagi aktivitas *nongkrong* perempuan di ruang publik. Dalam situasi ini, perempuan tidak hanya menampilkan diri, tetapi juga menegosiasikan batas antara kebebasan dan norma budaya lokal. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menggambarkan gaya hidup, tetapi juga berusaha membaca makna simbolik dan sosial dari tindakan *nongkrong* itu sendiri.

Penelitian ini menempati posisi yang berbeda dari penelitian Yustina et al., (2023). Jika penelitian Yustina et al., (2023) menekankan *nongkrong* sebagai representasi kelas sosial, maka penelitian ini menekankan *nongkrong* sebagai pertunjukan sosial (*social performance*) yang mencerminkan bagaimana perempuan membangun identitas dan eksistensi dirinya melalui ruang publik modern seperti *coffee shop*.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Yulianti (2021) dalam skripsinya yang berjudul “*Budaya Nongkrong sebagai Gaya Hidup Perempuan Penikmat Kopi di Sidoarjo*” menyoroti bagaimana aktivitas *nongkrong* telah menjadi bagian dari keseharian perempuan, bukan hanya sebagai sarana mengisi waktu, tetapi juga sebagai media ekspresi diri, pembentukan citra di media sosial, dan bentuk konsumsi simbolik terhadap ruang dan gaya hidup.

Penelitian tersebut, Yulianti (2021) menggunakan teori Masyarakat Konsumerisme Jean Baudrillard, yang menjelaskan bahwa seseorang mengonsumsi suatu barang bukan lagi karena nilai guna (*value*) barang tersebut, melainkan karena citra (*image*) dan makna simbolik yang melekat padanya. Aktivitas *nongkrong* di *coffee shop* dalam konteks ini dipahami sebagai praktik konsumsi tanda, di mana pilihan tempat, menu, serta gaya berpakaian menjadi sarana untuk menampilkan identitas dan mengikuti tren budaya populer.

Penelitian ini memiliki relevansi dengan penelitian yang sedang dilakukan karena sama-sama membahas fenomena *nongkrong* perempuan di *coffee shop* sebagai praktik sosial yang sarat makna simbolik. Namun, perbedaannya terletak pada pendekatan teoritis dan tujuan analisis. Penelitian Yulianti (2021) lebih menekankan aspek konsumsi simbolik dan budaya populer yang membentuk gaya hidup perempuan penikmat kopi, sedangkan penelitian ini menggunakan teori Dramaturgi Goffman untuk memahami bagaimana perempuan memainkan peran sosial dan menampilkan identitas diri (*presentation of self*) di ruang publik seperti *coffee shop*.

Artikel jurnal Yulianti (2021) melihat *nongkrong* sebagai bentuk konsumsi tanda yang merepresentasikan selera dan status budaya, maka penelitian ini memandang *nongkrong* sebagai pertunjukan sosial (*social performance*) di mana perempuan secara sadar mengatur penampilan, perilaku, dan interaksi sosialnya agar sesuai dengan citra diri yang ingin mereka tampilkan. *Coffee shop* dalam penelitian ini tidak hanya dilihat sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai

panggung depan (*front stage*) tempat perempuan mengekspresikan diri, bernegosiasi dengan norma sosial, dan membangun identitas di hadapan publik.

Penelitian ini memperluas kajian tentang *nongkrong* perempuan di *coffee shop* dari sekadar konsumsi simbolik menuju analisis makna performatif dan identitas sosial perempuan melalui kerangka dramaturgi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti melihat perempuan bukan hanya sebagai konsumen gaya hidup, tetapi sebagai aktor budaya yang aktif memainkan peran dan mengonstruksi makna atas tindakannya di ruang publik modern.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Eko Pujiyanto et al., (2024) berjudul “*Coffee shop dan Perubahan Gaya Hidup Mahasiswa Muslim di Sidoarjo*” membahas bagaimana fenomena “budaya ngopi” menjadi bagian dari transformasi gaya hidup mahasiswa dalam konteks religiusitas dan modernitas. Penelitian tersebut menyoroti bahwa *coffee shop* kini tidak hanya dipandang sebagai tempat minum kopi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang menampung beragam identitas, termasuk mahasiswa muslim yang berusaha menyeimbangkan antara nilai agama dan gaya hidup modern. *Coffee shop* di sini dipahami sebagai simbol produktivitas, ruang pergaulan yang terbuka, serta arena pertemuan antara nilai-nilai tradisional dan modern.

Meskipun sama-sama meneliti *coffee shop* sebagai ruang sosial, penelitian ini berbeda secara signifikan dalam fokus, pendekatan, dan subjek kajian. Penelitian Eko Pujiyanto et al., (2024) menitikberatkan pada identitas religius mahasiswa dan proses adaptasi mereka terhadap perubahan gaya hidup kampus, sedangkan penelitian ini berfokus pada perempuan di Kota Padang yang memaknai *coffee shop*

sebagai pertunjukan sosial (*social performance*) untuk menampilkan citra diri dan menegosiasikan identitas sosial mereka.

Perbedaan ini tidak hanya terletak pada subjek penelitian, tetapi juga pada kerangka teorinya. Penelitian Eko Pujiyanto et al., (2024). menggunakan pendekatan gaya hidup dan religiusitas, sedangkan penelitian ini menggunakan teori Dramaturgi Goffman, yang memandang aktivitas *nongkrong* sebagai bagian dari tindakan menampilkan diri (*presentation of self*) di ruang publik. *Coffee shop* dalam penelitian ini tidak hanya berfungsi sebagai ruang interaksi sosial, tetapi juga sebagai “panggung depan” (*front stage*) tempat perempuan menampilkan peran sosial tertentu misalnya sebagai individu yang modern, mandiri, atau produktif yang mungkin berbeda dengan perilaku mereka di “panggung belakang” (*back stage*) seperti di rumah atau lingkungan pribadi.

Penelitian ini menempati posisi yang berbeda dari penelitian Eko Pujiyanto et al., (2024). Jika penelitian tersebut berfokus pada transformasi nilai religius dan modernitas mahasiswa, penelitian ini berupaya menyingkap bagaimana perempuan di Kota Padang mengonstruksi identitas sosialnya melalui pertunjukan diri di *coffee shop*. Fokus penelitian ini tidak pada moralitas atau religiusitas, melainkan pada dinamika ekspresi diri dan performativitas sosial perempuan di tengah budaya urban yang terus berkembang.

Penelitian yang dilakukan oleh Fahtoni (2022) berjudul “*Pemaknaan Aktivitas Nongkrong di Kafe sebagai Budaya Milenial: Studi Fenomenologi di Pematangsiantar*” menggunakan pendekatan fenomenologi untuk memahami pengalaman subjektif generasi muda dalam aktivitas *nongkrong*. Dalam

penelitiannya, Fahtoni (2022) menemukan bahwa *nongkrong* memiliki beragam makna bagi anak muda, mulai dari sarana *healing*, tempat bertukar pikiran, hingga wadah mempererat hubungan sosial. Aktivitas *nongkrong* dipandang sebagai bentuk keterlibatan sosial yang mampu menciptakan rasa kebersamaan dan mengisi kebutuhan emosional generasi milenial.

Penelitian ini memberikan relevansi penting karena menegaskan bahwa *nongkrong* bukanlah kegiatan pasif, melainkan praktik sosial yang bermakna secara personal dan emosional. Namun demikian, penelitian Fahtoni (2022) bersifat umum dan tidak memusatkan perhatian pada subjek perempuan secara khusus. Selain itu, penelitian tersebut lebih menyoroti pengalaman individual tanpa memperdalam bagaimana makna *nongkrong* itu ditampilkan atau dikonstruksikan di ruang publik.

Pada titik inilah penelitian ini mengambil posisi yang berbeda. Penelitian ini tidak hanya ingin mengetahui makna personal dari aktivitas *nongkrong*, tetapi juga ingin memahami bagaimana makna itu diwujudkan melalui tindakan sosial yang dapat diamati. Dengan menggunakan teori Dramaturgi Goffman, penelitian ini melihat aktivitas *nongkrong* perempuan di *coffee shop* sebagai pertunjukan sosial (*social performance*), di mana perempuan berperan sebagai aktor yang menampilkan identitas dirinya di hadapan publik. *Coffee shop* dipahami sebagai panggung depan (*front stage*) tempat perempuan membangun citra tertentu seperti tampil modern, produktif, atau mandiri sekaligus menjadi ruang untuk menegosiasikan nilai-nilai sosial dan norma budaya yang berlaku dalam masyarakat Kota Padang.

Berbeda dengan penelitian Fahtoni (2022) yang menekankan pengalaman subjektif generasi muda secara luas, penelitian ini fokus pada perempuan sebagai aktor sosial yang secara sadar mengelola penampilan dan perilakunya dalam konteks budaya lokal. Dengan demikian, penelitian ini memperluas pemahaman tentang *nongkrong* dari sekadar pengalaman personal menjadi proses performatif dan simbolik, di mana perempuan berupaya menampilkan diri, memperoleh pengakuan sosial, dan membangun identitas di tengah dinamika ruang publik.

Penelitian yang dilakukan oleh Iqbal, Handoyo, & Harianto (2024) berjudul “*Nongkrong dalam Perspektif Dramaturgi Goffman*” menggunakan teori dramaturgi untuk menjelaskan bagaimana aktivitas *nongkrong* di *coffee shop* menjadi panggung ekspresi diri bagi mahasiswa. Dalam penelitian tersebut, *nongkrong* dipahami sebagai bentuk pertunjukan sosial (*social performance*) di mana individu menampilkan citra ideal (*front stage*) melalui cara berpakaian, gaya bicara, pilihan menu, hingga unggahan di media sosial. *Coffee shop* digambarkan sebagai ruang publik modern yang memungkinkan mahasiswa membangun kesan diri sebagai pribadi yang gaul, modern, dan berstatus sosial tinggi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya *nongkrong* di kalangan mahasiswa Kota Surabaya menyerupai sandiwara sosial yang berlangsung di hadapan publik dan media sosial. Individu berupaya menampilkan citra tertentu untuk memperoleh pengakuan sosial, sementara di *back stage* mereka menyembunyikan sisi personal seperti rasa cemas, lelah, atau ketakutan tidak dianggap eksis oleh lingkungan sosialnya. Fokus utama penelitian ini adalah pada drama sosial mahasiswa dalam konteks gaya hidup konsumtif dan eksistensi digital.

Penelitian ini memiliki arah dan konteks yang sangat berbeda dari penelitian Iqbal, Handoyo, & Harianto (2024). Pertama, dari segi fokus kajian, Iqbal, Handoyo, & Harianto (2024) meneliti mahasiswa secara umum tanpa membedakan jenis kelamin atau konteks sosial-budaya. Penelitian ini, sebaliknya, memusatkan perhatian pada perempuan di Kota Padang yang *nongkrong* di *coffee shop* sebagai bentuk ekspresi diri dan negosiasi identitas sosial. Di sini, perempuan bukan hanya “aktor dalam sandiwara sosial,” tetapi subjek aktif yang berhadapan langsung dengan norma, nilai, dan pandangan moral masyarakat Minangkabau tentang perilaku perempuan di ruang publik.

Kedua, dari konteks budaya, penelitian Iqbal, Handoyo, & Harianto (2024) dilakukan di Kota Surabaya, kota besar dengan budaya urban yang relatif bebas dan terbuka terhadap gaya hidup modern. Sementara penelitian ini dilakukan di Kota Padang, wilayah dengan budaya Minangkabau yang memiliki nilai-nilai adat dan kesopanan yang kuat. Dalam konteks ini, *nongkrong* bukan sekadar aktivitas sosial, melainkan tindakan yang sarat makna simbolik dan moral, karena perempuan harus menyeimbangkan antara keinginan tampil modern dengan batas-batas norma budaya.

Ketiga, dari pendekatan analisis, penelitian Iqbal, Handoyo, & Harianto (2024) menggunakan pendekatan sosiologis, berfokus pada perilaku tampil dan interaksi sosial secara umum. Penelitian ini justru menggunakan pendekatan antropologi sosial, yang menggali makna budaya, simbolisme ruang, dan nilai-nilai yang melingkupi tindakan sosial tersebut. *Coffee shop* dalam penelitian ini bukan hanya panggung pertunjukan, tetapi juga ruang simbolik tempat perempuan membangun

identitas, mengonstruksi makna diri, dan menegosiasikan posisi sosial mereka di tengah masyarakat yang sarat aturan moral.

Keempat, dari sisi kedalaman teoritis, penelitian Iqbal, Handoyo, & Harianto (2024) menggunakan teori dramaturgi sebatas untuk memetakan perilaku *front stage* dan *back stage*, tanpa menjelaskan makna di balik tindakan sosial tersebut. Sementara penelitian ini menggunakan dramaturgi untuk membaca simbolisme dan makna sosial dari pertunjukan diri perempuan, bukan hanya perilakunya. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menggambarkan bagaimana perempuan tampil, tetapi juga mengapa dan untuk apa mereka menampilkan diri di ruang publik tersebut.

Adanya perbedaan tersebut, terlihat jelas celah penelitian (*research gap*) antara penelitian Iqbal, Handoyo, & Harianto (2024) dan penelitian ini. Penelitian Iqbal, Handoyo, & Harianto (2024) berhenti pada level deskriptif menggambarkan bagaimana mahasiswa menampilkan diri di *coffee shop* dan media sosial sementara penelitian ini melangkah lebih jauh dengan mengkaji makna sosial, simbolisme budaya, dan negosiasi identitas perempuan di dalam ruang publik *coffee shop*. Dengan kata lain, meskipun keduanya sama-sama menggunakan teori Dramaturgi Goffman, penelitian ini memperluasnya dalam konteks antropologi budaya, menempatkan perempuan sebagai aktor sosial yang memainkan peran, menghadapi norma budaya lokal, dan mengonstruksi makna eksistensi diri di ruang sosial modern seperti *coffee shop* di Kota Padang.

Tulisan Santoso (2017) berjudul “*Etnografi Warung Kopi: Politik Identitas Cangkrukan di Surabaya dan Sidoarjo*” menelusuri fungsi warung kopi sebagai

ruang interaksi sosial yang sarat makna bagi komunitas laki-laki. Dalam penelitian tersebut, cangkrukan dipahami sebagai fenomena khas masyarakat perkotaan yang merepresentasikan kehadiran dan keterlibatan sosial laki-laki dalam ruang publik warung kopi. Melalui pendekatan etnografi, Santoso memperlihatkan bahwa cangkrukan bukan hanya kegiatan *nongkrong* biasa, tetapi juga bentuk praktik sosial yang mengandung solidaritas, kohesi sosial, dan identitas komunitas. Warung kopi berfungsi sebagai ruang sosio-kultural dan sosio-psikologis tempat laki-laki membangun kebersamaan, menegosiasikan identitas lokal, serta mempertahankan ikatan sosial dalam kehidupan kota.

Penelitian ini memberikan relevansi terhadap penelitian yang sedang dilakukan karena sama-sama memandang ruang ngopi sebagai arena pembentukan identitas sosial dan interaksi budaya. Namun, perbedaannya sangat jelas terlihat pada konteks ruang, subjek, dan orientasi analisisnya. Santoso (2017) berfokus pada warung kopi tradisional yang menjadi ruang sosial bagi laki-laki kelas pekerja di Surabaya dan Sidoarjo, sementara penelitian ini berfokus pada *coffee shop* modern di Kota Padang yang diisi oleh perempuan sebagai aktor utama. Selain itu, pendekatan Santoso (2017) menitikberatkan pada solidaritas sosial dan identitas kolektif yang muncul dalam komunitas laki-laki. Sementara itu, penelitian ini difokuskan pada Teori Dramaturgi Goffman (1959) untuk memahami bagaimana perempuan menampilkan diri (*presentation of self*) secara individual di ruang publik *coffee shop*. Jika dalam penelitian Santoso (2017) identitas dibentuk melalui kebersamaan dan relasi sosial, maka dalam penelitian ini identitas dipahami sebagai

hasil dari tindakan performatif dan negosiasi simbolik di ruang publik yang bersifat lebih individualistik.

Perbedaan konteks ruang juga menjadi pembeda penting. Warung kopi tradisional yang dikaji Santoso (2017) merupakan ruang yang informal dan egaliter, tempat laki-laki berinteraksi tanpa tekanan citra atau penampilan. Sementara itu, *coffee shop* modern dalam penelitian ini merupakan ruang yang visual dan representasional, di mana perempuan tampil dengan citra tertentu, menampilkan diri melalui gaya, aktivitas, dan interaksi sosial yang disesuaikan dengan ekspektasi sosial dan media.

Meskipun sama-sama membahas ruang ngopi sebagai arena pembentukan identitas sosial, penelitian Santoso (2017) dan penelitian ini memiliki perbedaan mendasar dalam subjek (laki-laki vs. perempuan), konteks ruang (warung kopi tradisional vs. *coffee shop* modern), dan pendekatan teoritis (solidaritas sosial vs. dramaturgi dan performativitas identitas). Penelitian ini memperluas kajian tersebut dengan menghadirkan perspektif antropologi budaya perempuan, serta menunjukkan bagaimana *coffee shop* menjadi ruang simbolik bagi perempuan untuk menampilkan dan menegosiasikan identitasnya di tengah perubahan nilai-nilai budaya di Kota Padang.

Konteks gender lebih terasa dalam penelitian yang dilakukan oleh Gusti Priyanti & Dwi Kumalasari (2022) berjudul “*Gaya Hidup Nongkrong Mahasiswa di Kedai Kopi OR Traffic, Malang.*” Penelitian ini menunjukkan bahwa aktivitas *nongkrong* di kalangan mahasiswa tidak sekadar untuk bersantai, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup yang berfungsi membangun komunitas,

memperluas jaringan produktif, serta menegaskan identitas kolektif di antara kelompok mahasiswa.

Penelitian tersebut menggunakan Teori Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard, yang menjelaskan bahwa tindakan konsumsi tidak lagi didorong oleh kebutuhan fungsional, tetapi oleh hasrat dan citra sosial yang melekat pada objek konsumsi. Dalam konteks ini, *nongkrong* di *coffee shop* dipahami sebagai bentuk konsumsi simbolik mahasiswa memilih kedai kopi bukan karena kebutuhan biologis atau kenyamanan semata, melainkan karena nilai citra, tren, dan prestise yang melekat pada tempat tersebut. Dengan demikian, *coffee shop* menjadi ruang sosial yang melampaui batas kelas ekonomi, karena siapa pun dapat menjadi bagian dari kelompok tertentu selama mampu menyesuaikan diri dengan pola konsumsi dan gaya hidup kelompok itu.

Penelitian ini memberikan relevansi bagi penelitian yang sedang dilakukan karena sama-sama melihat *nongkrong* sebagai fenomena sosial yang terkait dengan gaya hidup dan identitas. Namun, terdapat perbedaan mendasar dalam fokus, pendekatan teoritis, dan konteks sosial-budaya. Penelitian Gusti Priyanti & Dwi Kumalasari (2022) berfokus pada mahasiswa secara umum dengan penekanan pada gaya hidup konsumtif dan pembentukan identitas kolektif melalui konsumsi simbolik, sedangkan penelitian ini berfokus pada perempuan di Kota Padang yang *nongkrong* di *coffee shop* sebagai tindakan performatif dalam menampilkan diri (*presentation of self*).

Pendekatan teoritis yang digunakan juga berbeda. Gusti Priyanti & Dwi Kumalasari (2022) menggunakan teori konsumsi Baudrillard yang menyoroti tanda

dan citra dalam praktik konsumsi, sedangkan penelitian ini menggunakan teori Dramaturgi Goffman, yang menekankan pada pertunjukan sosial dan pengelolaan kesan (*impression management*) di ruang publik. *Coffee shop* dalam penelitian ini tidak sekadar dilihat sebagai ruang konsumsi simbolik, melainkan sebagai panggung sosial (*front stage*) tempat perempuan memainkan peran sosial tertentu, menampilkan citra diri yang diinginkan, dan menegosiasikan eksistensinya di tengah norma budaya masyarakat Minangkabau.

Perbedaan lainnya juga terletak pada konteks ruang dan budaya. Penelitian Gusti Priyanti & Dwi Kumalasari (2022) dilakukan di Kota Malang, lingkungan mahasiswa yang cenderung kosmopolit dan terbuka terhadap tren gaya hidup modern. Sementara penelitian ini dilakukan di Padang, dengan karakter masyarakat Minangkabau yang memiliki sistem nilai dan norma kuat terhadap perilaku perempuan di ruang publik. Dalam konteks ini, aktivitas *nongkrong* tidak hanya berkaitan dengan gaya hidup, tetapi juga menjadi arena negosiasi antara kebebasan dan norma budaya lokal.

Meskipun sama-sama membahas fenomena *nongkrong* di kalangan mahasiswa, penelitian ini memiliki ciri pembeda yang kuat yang dirincikan sebagai berikut:

- Dari teori (Baudrillard → konsumsi simbolik vs. Goffman → pertunjukan sosial),
- Dari fokus (identitas kolektif mahasiswa vs. performativitas identitas perempuan), dan
- Dari konteks budaya (Malang yang urban dan terbuka vs. Padang yang sarat nilai adat).

Penelitian ini memperluas kajian sebelumnya dengan memandang *nongkrong* bukan semata tindakan konsumtif, tetapi sebagai praktik performatif yang memiliki makna simbolik dan kultural bagi perempuan, khususnya dalam upaya menampilkan diri, memperoleh pengakuan sosial, serta menegosiasikan identitas di tengah perubahan nilai budaya lokal.

Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh Afdholy (2019) berjudul “*Gaya Hidup Perempuan Penikmat Kopi di Starbucks Merdeka Walk*” menyoroti bagaimana *coffee shop* menjadi ruang simbolik bagi perempuan untuk mengekspresikan kemapanan, gaya hidup, serta pencapaian diri. Dalam penelitian ini, Starbucks dipahami bukan sekadar tempat minum kopi, tetapi juga sebagai simbol status sosial dan modernitas, di mana perempuan menampilkan diri sebagai individu yang mandiri, produktif, dan berkelas. Aktivitas *nongkrong* di *coffee shop* merepresentasikan identitas perempuan yang ingin terlihat modern dan memiliki posisi sosial tertentu di mata publik.

Penelitian ini memiliki relevansi tematik dengan penelitian yang sedang dilakukan, terutama dalam melihat *coffee shop* sebagai ruang ekspresi diri perempuan namun, terdapat perbedaan mendasar dalam pendekatan dan kedalaman analisis. Afdholy menggunakan pendekatan deskriptif gaya hidup, yang menyoroti perilaku konsumtif dan citra modernitas perempuan di ruang publik, tetapi belum menyentuh aspek interpretatif mengenai bagaimana makna dan identitas itu dikonstruksikan dari dalam pengalaman sosial para pelakunya.

Penelitian ini mengambil posisi berbeda dengan menggunakan teori Dramaturgi Goffman, yang memandang *coffee shop* sebagai panggung sosial (*front*

stage) tempat perempuan menampilkan citra diri dan memainkan peran sosial tertentu, serta sebagai ruang simbolik untuk menegosiasikan identitas di tengah nilai-nilai budaya lokal yang masih melekat kuat, khususnya di Kota Padang. Jika penelitian yang telah dilakukan oleh Afdholy (2019) berfokus pada representasi kemapanan dan citra kelas menengah perempuan di Starbucks, maka penelitian ini berfokus pada makna sosial dari tindakan *nongkrong* itu sendiri, terutama bagaimana perempuan menampilkan, menegosiasikan, dan mengelola identitasnya di hadapan masyarakat yang memiliki norma-norma sosial dan kultural yang lebih ketat.

Konteks ruang penelitian juga memperlihatkan perbedaan penting. Starbucks sebagai waralaba internasional memiliki atmosfer global dan homogen, sedangkan *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo di Padang merepresentasikan ruang lokal yang tetap modern namun berakar pada dinamika sosial masyarakat setempat. Hal ini memungkinkan penelitian ini untuk membaca makna *nongkrong* dari perspektif lokal, bukan semata dari konstruksi gaya hidup global. Dengan demikian, meskipun penelitian Afdholy (2019) dan penelitian ini sama-sama membahas perempuan dan *coffee shop* sebagai ruang ekspresi diri, penelitian ini memperluas arah analisis dari sekadar gaya hidup dan status sosial menjadi pemaknaan sosial dan simbolik melalui perspektif dramaturgi. Penelitian ini tidak hanya melihat bagaimana perempuan tampil modern di ruang publik, tetapi juga bagaimana mereka mengelola kesan, bernegosiasi dengan nilai budaya, dan menampilkan identitas sosialnya melalui aktivitas *nongkrong* di *coffee shop* lokal Kota Padang.

Berdasarkan uraian berbagai penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa fenomena *nongkrong* di *coffee shop* telah menjadi salah satu bentuk praktik sosial yang sarat makna simbolik dalam masyarakat modern. Beragam penelitian sebelumnya memperlihatkan bahwa aktivitas *nongkrong* tidak lagi dipandang sebagai kegiatan santai semata, tetapi telah menjadi ekspresi gaya hidup, status sosial, bahkan sarana pembentukan identitas di ruang publik. Namun demikian, tinjauan pustaka ini juga menunjukkan bahwa terdapat celah penelitian (*research gap*) yang belum banyak disentuh, khususnya terkait bagaimana perempuan memaknai dan menampilkan diri dalam aktivitas *nongkrong* di *coffee shop* dalam konteks budaya lokal seperti di Kota Padang.

Beberapa penelitian sebelumnya, seperti Yustina et al. (2023) dan Afdholi (2019), melihat *nongkrong* sebagai bagian dari gaya hidup dan representasi kelas sosial perempuan. Aktivitas *nongkrong* ditafsirkan sebagai simbol keamanan, prestise, dan modernitas yang merepresentasikan identitas kelas menengah. Namun, kedua penelitian tersebut masih berfokus pada dimensi konsumtif dan citra sosial yang tampak dari luar, tanpa menyelami makna dan proses sosial yang dialami oleh pelaku secara langsung. Dalam konteks ini, penelitian kamu mengambil jarak dengan pendekatan tersebut, dengan menempatkan perempuan bukan sekadar sebagai objek yang mempertontonkan status sosial, melainkan sebagai aktor aktif yang menampilkan diri dan menegosiasikan identitas sosialnya di ruang publik.

Penelitian lain seperti Yulianti (2021) dan Gusti Priyanti & Dwi Kumalasari (2022) memperlihatkan hubungan antara *coffee shop*, konsumsi simbolik, dan

pembentukan identitas gaya hidup mahasiswa. Dengan menggunakan teori masyarakat konsumsi Baudrillard, keduanya menegaskan bahwa *coffee shop* adalah ruang produksi tanda dan citra, di mana seseorang berusaha memperoleh pengakuan sosial melalui pilihan tempat, menu, dan gaya berpakaian. Meskipun relevan dalam memahami *nongkrong* sebagai praktik konsumsi, pendekatan konsumsi simbolik ini belum mampu menjelaskan bagaimana individu menampilkan dan memaknai tindakan sosial mereka di ruang publik secara performatif. Di sinilah penelitian ini mengambil posisi yang berbeda menggunakan teori Dramaturgi Goffman untuk membaca *coffee shop* sebagai pertunjukan sosial (*social performance*) yang menekankan proses menampilkan diri (*presentation of self*), bukan sekadar konsumsi tanda.

Penelitian Eko Pujianto et al. (2024) dan Iqbal et al. (2024) mengkaji *coffee shop* sebagai arena ekspresi sosial mahasiswa dari perspektif sosiologis. Pada penelitian Eko Pujianto menekankan aspek religiusitas dan modernitas dalam budaya ngopi mahasiswa, sedangkan Iqbal melihat *coffee shop* dan media sosial sebagai panggung ekspresi diri dalam konteks gaya hidup urban. Meskipun keduanya menggunakan teori dan pendekatan yang kuat, fokus analisisnya masih bersifat umum dan belum memperhatikan dimensi gender dan budaya lokal. Penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut, dengan fokus pada perempuan di Padang dan bagaimana mereka menegosiasikan identitas di tengah norma-norma sosial Minangkabau yang masih menempatkan perempuan dalam batas moral tertentu.

Selanjutnya, penelitian Fahtoni (2022) dengan pendekatan fenomenologinya memberikan pemahaman tentang makna *nongkrong* bagi generasi muda sebagai bentuk keterlibatan sosial dan keseimbangan emosional. Namun, fokusnya masih bersifat personal dan belum menyoroti bagaimana makna itu dikonstruksikan melalui tindakan sosial di ruang publik. Dalam konteks ini, penelitian kamu memperluas pandangan Fahtoni dengan meneliti bagaimana makna personal itu diwujudkan melalui tindakan performatif dan simbolik perempuan di *coffee shop*.

Perspektif lain, Santoso (2017) memberikan kontribusi penting melalui pendekatan etnografi terhadap fenomena *cangkrukan* laki-laki di warung kopi. Ia menyoroti fungsi warung kopi sebagai ruang solidaritas dan identitas komunitas laki-laki. Walau memiliki kesamaan dalam melihat tempat ngopi sebagai ruang sosial, fokus dan konteks penelitian ini sangat berbeda dengan Santoso berpusat pada komunitas laki-laki di warung kopi tradisional, sementara penelitian kamu berpusat pada perempuan di *coffee shop* modern. Dengan demikian, penelitian kamu memperluas konteks dari warung kopi tradisional yang bersifat kolektif menuju ruang *coffee shop* modern yang lebih individual, representasional, dan performatif.

Konteks lokal, penelitian Anjani & Hasmira (2022) menyoroti persepsi perempuan Padang terhadap kopi hitam sebagai simbol maskulinitas. Penelitian ini penting karena memberikan wawasan tentang makna gender dalam budaya kopi di Padang. Namun, fokusnya masih pada persepsi simbolik terhadap minuman, bukan pada praktik sosial *nongkrong* itu sendiri. Penelitian kamu memperluas bahasan ini dengan meneliti bagaimana perempuan tidak hanya memaknai kopi, tetapi juga

memaknai dan menampilkan dirinya di ruang publik *coffee shop*, sehingga dimensi performatif dan simbolik identitas perempuan lebih terungkap.

Keseluruhan kajian terdahulu tersebut, tampak bahwa sebagian besar penelitian mengenai *nongkrong* dan *coffee shop* masih berfokus pada dimensi gaya hidup, konsumsi simbolik, dan representasi kelas sosial, sementara dimensi performatif, gender, dan konteks budaya lokal belum banyak mendapat perhatian. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menggabungkan teori Dramaturgi Goffman dan pendekatan antropologi sosial guna memahami bagaimana perempuan di Kota Padang menampilkan diri, mengelola kesan, dan menegosiasikan identitas sosialnya di ruang publik *coffee shop*.

Memusatkan perhatian pada *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo di Kota Padang, penelitian ini tidak hanya memperkaya diskursus akademik tentang *nongkrong* dan *coffee shop*, tetapi juga menghadirkan pembacaan baru tentang budaya urban, identitas perempuan, dan simbolisme ruang publik dalam masyarakat Minangkabau. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris dan teoretis dalam kajian antropologi budaya, khususnya dalam memahami fenomena perempuan, ruang publik, dan performativitas identitas di tengah dinamika budaya modern dan lokal.

F. Kerangka Pemikiran

Fenomena aktivitas *nongkrong* perempuan di *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo menjadi potret nyata perubahan sosial masyarakat urban, khususnya di Kota Padang. *Nongkrong* di *coffee shop* tidak lagi sekadar kegiatan menghabiskan waktu atau menikmati minuman, tetapi telah menjadi praktik sosial

yang mencerminkan gaya hidup, identitas, serta simbol status sosial. *Coffee shop* kini berfungsi sebagai ruang sosial yang memfasilitasi berbagai bentuk interaksi dan ekspresi diri, terutama bagi perempuan perkotaan yang menggunakan aktivitas *nongkrong* sebagai sarana untuk berjejaring, menampilkan citra diri, dan berpartisipasi dalam budaya konsumtif.

Kajian ruang dan budaya kontemporer, ruang tidak lagi dipahami hanya sebagai wadah fisik yang netral, tetapi sebagai produk sosial yang terbentuk melalui interaksi dan makna. Henri Lefebvre (1991) dalam karyanya *The Production of Space* menjelaskan bahwa ruang merupakan hasil dari proses sosial yang bersifat dinamis dan dialektis (Damayanti & Redyantanu, 2021). Ruang tidak hanya diciptakan secara fisik, tetapi juga diisi oleh simbol, relasi, dan kekuasaan yang hidup di dalamnya (Damayanti & Redyantanu, 2021). Lefebvre menolak pandangan tradisional yang melihat ruang sebagai wadah pasif, dan menekankan bahwa ruang justru terbentuk dari praktik sosial yang terus berkembang seiring waktu. Dengan demikian, aktivitas *nongkrong* di *coffee shop* dapat dipahami sebagai praktik sosial yang membentuk dan memaknai ruang. *Nongkrong* bukan hanya tindakan rekreatif, melainkan wujud keterlibatan sosial yang merefleksikan nilai-nilai dan simbol-simbol budaya urban. Di ruang ini, perempuan tidak hanya hadir secara fisik, tetapi juga memproduksi makna, membangun relasi sosial, dan membentuk identitas dirinya.

Agar memahami bagaimana perempuan menampilkan diri dan berinteraksi di dalam ruang sosial seperti *coffee shop*, teori Dramaturgi Erving Goffman (1956) menjadi relevan. Dalam bukunya *The Presentation of Self in Everyday Life*,

Goffman menggambarkan kehidupan sosial sebagai pertunjukan teater, di mana setiap individu berperan sebagai aktor yang berusaha mengatur kesan (*impression management*) agar identitas dirinya terlihat sesuai dengan harapan sosial (Goffman, 1959:45). Dalam interaksi sosial, individu menampilkan perilaku tertentu yang disesuaikan dengan konteks sosialnya.

Goffman membagi ruang sosial ke dalam dua area utama, yakni *front stage* dan *back stage*. *Front stage* adalah area di mana individu menampilkan diri di hadapan publik, dengan perilaku, ekspresi, dan gaya yang dikontrol untuk membentuk citra tertentu (Goffman, 1959). Dalam konteks *nongkrong* di *coffee shop*, perempuan yang berpakaian rapi, memilih tempat duduk yang strategis, memesan minuman estetik, dan berfoto untuk diunggah ke media sosial sedang memainkan peran di *front stage*. Aktivitas tersebut adalah bentuk dari *self-presentation*, di mana individu menampilkan citra diri sebagai pribadi modern, produktif, dan berkelas. Sementara itu, *back stage* adalah area di mana individu dapat bersikap lebih natural dan melepaskan peran publiknya (Goffman, 1959). Setelah meninggalkan *coffee shop* atau ketika tidak berada dalam pengawasan sosial, individu kembali pada dirinya yang lebih otentik dan tidak lagi memainkan peran performatif.

Fenomena *nongkrong* di *coffee shop* dengan demikian merupakan panggung dramaturgis tempat individu memainkan perannya dalam masyarakat. *Coffee shop* menyediakan arena yang memungkinkan seseorang menampilkan citra dan gaya hidupnya di hadapan publik. Melalui aktivitas *nongkrong*, perempuan dapat memperlihatkan identitas sosialnya, baik sebagai bagian dari komunitas produktif maupun sebagai individu yang mengikuti tren urban. Aktivitas ini tidak hanya

terjadi di ruang fisik, tetapi juga di ruang digital melalui unggahan foto, *story*, atau *reels* yang menampilkan momen *nongkrong* sebagai bagian dari gaya hidup modern.

Dimensi ini kemudian berkelindan dengan pemikiran Jean Baudrillard (1970) tentang budaya konsumerisme. Baudrillard menjelaskan bahwa dalam masyarakat modern, konsumsi tidak lagi didasarkan pada fungsi, tetapi pada makna simbolik dari barang atau aktivitas yang dikonsumsi (Luri, 1996). Dalam bukunya *The Consumer Society*, ia menyebut bahwa manusia modern mengonsumsi tanda dan citra untuk menegaskan identitas sosialnya. Artinya, setiap tindakan konsumsi adalah juga tindakan komunikasi sosial cara seseorang menunjukkan “siapa dirinya” kepada orang lain melalui simbol-simbol yang ia pilih (Lury, 1996).

Konteks dalam aktivitas *nongkrong* di *coffee shop*, konsumsi kopi dan suasana bukan lagi sekadar kebutuhan fungsional, tetapi simbol status dan gaya hidup. Memilih *nongkrong* di *coffee shop* tertentu, memesan menu tertentu, atau membagikan pengalaman tersebut di media sosial merupakan bentuk konsumsi tanda yang menunjukkan identitas dan kelas sosial tertentu. *Coffee shop* menjadi ruang di mana gaya hidup dikonsumsi dan ditampilkan secara bersamaan. Seseorang yang mengunggah foto dirinya bekerja di *coffee shop* dengan interior estetik, misalnya, tidak hanya sedang menikmati kopi, tetapi juga sedang “mengonsumsi” dan menampilkan simbol produktivitas, kebebasan, dan kemodernan.

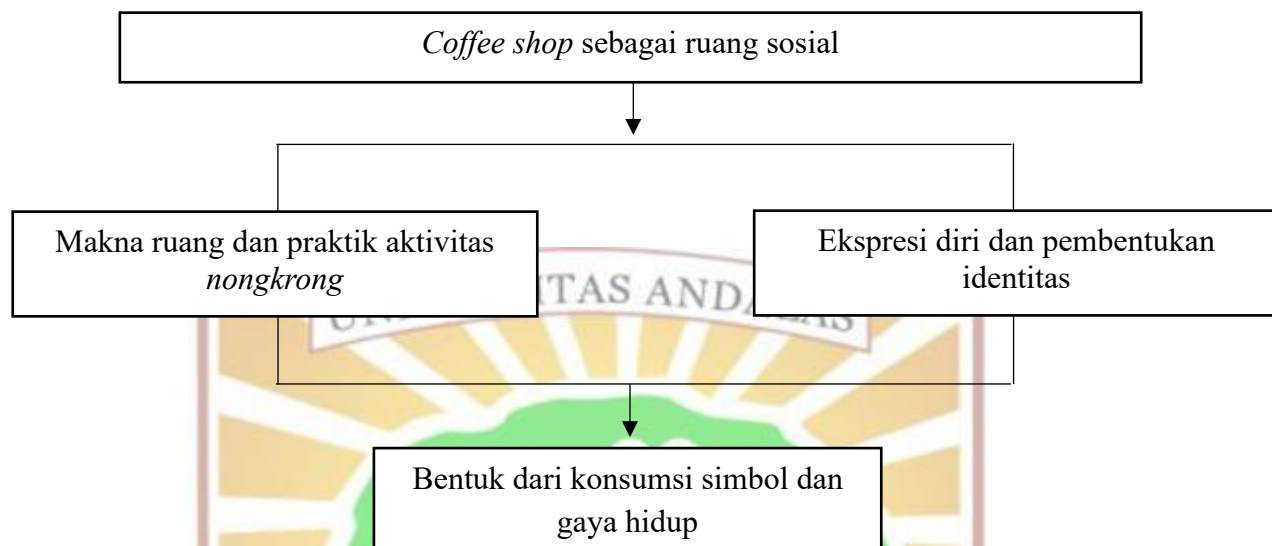
Maka dari itu, apa yang ditampilkan di *front stage* dalam konteks *nongkrong* mulai dari busana, perilaku, hingga unggahan media sosial berkaitan erat dengan

logika konsumtif Baudrillard. *Nongkrong* bukan sekadar aktivitas sosial, tetapi proses konsumsi simbolik, di mana individu menampilkan dirinya dengan mengadopsi citra-citra yang dianggap ideal oleh masyarakat urban. *Coffee shop* menjadi ruang sosial yang menampung praktik konsumsi makna, di mana individu menegaskan eksistensinya melalui gaya hidup yang dikonstruksi secara simbolik.

Secara konseptual, keterkaitan antara ketiga teori tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut. Pertama, teori ruang sosial Henri Lefebvre menjelaskan bahwa *coffee shop* merupakan produk sosial yang dihasilkan oleh praktik dan interaksi manusia. Kedua, teori dramaturgi Erving Goffman menjelaskan bagaimana individu menampilkan diri di dalam ruang tersebut melalui peran-peran sosial yang disadari. Ketiga, teori konsumerisme Jean Baudrillard menjelaskan bagaimana aktivitas *nongkrong* tersebut menjadi sarana konsumsi tanda dan citra yang mencerminkan gaya hidup urban modern.

Kata lain, aktivitas *nongkrong* perempuan di *coffee shop* adalah praktik sosial yang mengintegrasikan produksi ruang oleh Lefebvre, pertunjukan identitas oleh Goffman, dan konsumsi simbolik oleh Baudrillard. *Nongkrong* menjadi bentuk interaksi sosial yang tidak hanya membangun relasi, tetapi juga memproduksi makna dan simbol. *Coffee shop* menjadi arena tempat perempuan menegosiasikan identitasnya, mempresentasikan diri, dan berpartisipasi dalam budaya konsumtif yang menandai kehidupan modern. Maka, fenomena *nongkrong* bukan sekadar rutinitas sosial, melainkan cerminan dari cara masyarakat modern membentuk ruang, menampilkan diri, dan mengonsumsi makna dalam kehidupan sehari-hari.

Skema 1.
Kerangka Pemikiran



G. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana perempuan memaknai *coffee shop* dalam ruang sosial modern. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan sifat fenomena yang diteliti, yaitu *nongkrong*, *coffee shop*, dan perempuan, yang tidak bisa dijelaskan secara kuantitatif atau melalui angka, melainkan harus dipahami melalui makna, pengalaman, dan praktik keseharian para subjek penelitian.

Pendekatan kualitatif digunakan ketika peneliti ingin mengeksplorasi makna yang dibangun oleh individu atau kelompok terhadap persoalan sosial atau kemanusiaan tertentu (Creswell, 2018). Dalam konteks ini, *coffee shop* bukan sekedar tempat minum kopi, melainkan sebuah arena sosial yang menjadi tempat berlangsungnya ekspresi diri, pembentukan identitas, gaya hidup, dan relasi sosial.

Di dalamnya, perempuan yang hidup dalam kerangka adat dan agama, berinteraksi dengan gaya hidup modern yang memberi kebebasan dan ekspresi diri. Situasi ini menciptakan dinamika sosial yang kompleks dan layak ditelaah secara mendalam melalui lensa kualitatif.

Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat menangkap keragaman pengalaman, narasi personal, serta cara-cara halus di mana perempuan menyiasati norma sosial dalam kehidupan sehari-hari mereka. Bukan untuk mengukur seberapa banyak mereka ke *coffee shop*, tapi untuk memahami mengapa, bagaimana, dan dengan cara apa mereka hadir di sana sebagai individu sekaligus sebagai perempuan yang hidup di tengah perubahan zaman. Pendekatan kualitatif memberi ruang bagi suara perempuan untuk tampil dan mengartikulasikan sendiri pengalaman mereka di tengah tarik-menarik antara adat, agama, dan modernitas.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo, Kota Padang. *Coffee Shop* Kopkit Indonesia merupakan salah satu *coffee shop* lokal populer di Kota Padang, dengan delapan cabang yang tersebar di Sumatera Barat: tujuh cabang berada di Kota Padang (Cabang Jati, Veteran, M. Djamil, Jhoni Anwar, Gunung Pangilun, Sutomo, dan Fabriek) serta satu cabang di Alahan Panjang. Keberadaan jaringan cabang yang luas ini menunjukkan bahwa Kopkit Indonesia telah menjadi ruang sosial yang penting dan representatif dalam kehidupan masyarakat urban, khususnya kalangan muda yang menjadikan aktivitas *nongkrong* di *coffee shop* sebagai bagian dari gaya hidup dan interaksi sosial sehari-hari.

Pemilihan Kopkit Cabang Sutomo dilakukan berdasarkan pertimbangan metodologis dan relevansi dengan fenomena penelitian. Cabang ini merupakan salah satu cabang terbaru yang terletak pada kawasan strategis, dekat area kampus dan pusat mobilitas kota, sehingga menarik pengunjung dengan karakteristik beragam namun didominasi oleh perempuan dan mahasiswa. Kopkit Cabang Sutomo juga beroperasi selama 24 jam penuh, menjadikannya ruang publik yang terbuka bagi aktivitas *nongkrong* tanpa batas waktu. Kondisi ini memungkinkan peneliti mengamati dinamika sosial perempuan dalam rentang waktu yang lebih panjang, termasuk bagaimana mereka memanfaatkan *coffee shop* sebagai ruang negosiasi identitas hingga malam hari.

Selain lokasi dan jam operasional, fasilitas yang ditawarkan oleh Kopkit Sutomo turut memperkuat alasan pemilihan penelitian. *Coffee shop* ini menyediakan area indoor dan outdoor yang luas, akses Wi-Fi stabil, stop kontak pada hampir seluruh area tempat duduk, serta fasilitas pendukung aktivitas produktif dan rekreatif pengunjung. Kehadiran *photobooth* menjadi elemen tambahan yang memperlihatkan keterkaitan *coffee shop* dengan budaya ekspresi visual anak muda masa kini, terutama perempuan, yang sering mengabadikan momen melalui foto untuk kemudian dibagikan ke media sosial. Sistem parkir resmi dengan karcis di dalam area *coffee shop* juga meningkatkan rasa aman bagi perempuan yang berkunjung pada malam hari, sehingga interaksi yang diamati berlangsung dalam situasi sosial yang lebih nyaman dan natural.

Pemilihan lokasi ini juga memperhatikan relevansi akademik dan kelanjutan kajian terdahulu. Penelitian mengenai Kopkit Indonesia sebelumnya pernah

dilakukan oleh Fauzul Huda (2023) dari Universitas Islam Indonesia, namun penelitian tersebut belum secara spesifik menyoroti fenomena *nongkrong* perempuan serta hubungannya dengan ekspresi diri dan pembentukan identitas di ruang publik. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi ruang kosong (*research gap*) tersebut dengan fokus pada bagaimana perempuan di Kota Padang memaknai *coffee shop* sebagai arena untuk menampilkan diri, bernegosiasi dengan tuntutan sosial, serta membangun identitas melalui praktik sosial dan konsumsi yang berlangsung di dalamnya.

3. Informan Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap paling relevan dengan tujuan penelitian (Creswell, 2018:96). Teknik ini dipilih karena tidak semua pengunjung *coffee shop* memiliki pengalaman atau pemaknaan sosial yang sesuai dengan fenomena yang dikaji. Oleh sebab itu, informan dipilih secara selektif berdasarkan keterlibatan mereka dalam aktivitas *nongkrong*, pengalaman pribadi, serta kemampuan menjelaskan makna sosial dari aktivitas tersebut.

Penelitian ini, informan dikelompokkan menjadi dua kategori: informan kunci dan informan biasa. Pembagian ini dilakukan untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih lengkap, baik dari sisi reflektif (makna, motivasi, dan pengalaman subjektif) maupun dari sisi konteks sosial di *coffee shop*. Jumlah informan ditetapkan secara proporsional, yaitu delapan informan kunci dan empat informan biasa. Jumlah ini dinilai memadai karena data yang diperoleh telah mencapai kejenuhan data (*data saturation*), ditandai dengan informasi yang berulang dan tidak lagi menghasilkan temuan baru yang signifikan.

1. Informan kunci

Informan kunci dalam penelitian ini adalah individu yang memiliki keterlibatan langsung dalam aktivitas *nongkrong* di *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo. Mereka merupakan perempuan yang memanfaatkan *coffee shop* sebagai ruang sosial untuk berinteraksi, bersantai, bekerja, ataupun mengekspresikan diri. Informan ini dipilih karena memiliki pengalaman langsung dan berulang, sehingga mampu memberikan penjelasan yang mendalam mengenai makna sosial di balik aktivitas *nongkrong* yang mereka lakukan. Adapun kriteria informan kunci dalam penelitian ini meliputi:

- Perempuan
- Belum menikah (berstatus single)
- *Nongkrong* di *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo

Jumlah informan kunci ditetapkan sebanyak delapan orang. Jumlah ini dipandang memadai karena data yang diperoleh telah mencapai titik jenuh (*data saturation*), ditandai dengan informasi yang mulai berulang dan tidak menghasilkan temuan baru yang berarti. Delapan informan ini juga mewakili variasi latar belakang sosial, mulai dari mahasiswa hingga pekerja, sehingga memberikan gambaran yang beragam namun tetap relevan dengan fokus penelitian.

2. Informan biasa

Informan biasa dalam penelitian ini adalah individu yang berada dalam lingkungan sosial *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo, namun tidak memiliki pengalaman reflektif yang mendalam seperti informan kunci. Informan biasa dipilih dari pihak yang bekerja di *coffee shop* dan memiliki intensitas interaksi tinggi dengan pengunjung, sehingga mampu memberikan gambaran mengenai pola

perilaku dan dinamika sosial yang terjadi di ruang tersebut. Kehadiran informan biasa membantu peneliti memahami pandangan aktivitas perempuan dari sudut pandang yang berbeda. Kategori informan biasa dalam penelitian ini meliputi:

- Barista
- Pelayan (waiters)
- Petugas parkir
- Security

Relevansi data dari juru parkir dan satpam terletak pada fungsinya sebagai data pembanding dan penguat, bukan sebagai sumber utama makna subjektif. Informasi mereka membantu peneliti melihat konsistensi antara apa yang dikatakan oleh informan perempuan dengan apa yang terjadi secara nyata di lapangan. Pemilihan empat informan pendukung dianggap cukup karena peran mereka bukan untuk menceritakan pengalaman pribadi secara mendalam, melainkan untuk membantu menegaskan dan memperjelas temuan dari informan kunci. Keempat posisi ini mewakili aspek strategis dalam operasional *coffee shop* mulai dari pengolahan minuman, pelayanan pelanggan, pengaturan kendaraan, hingga keamanan sehingga dapat memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai aktivitas perempuan, baik di dalam maupun di luar ruangan. Jumlah informan ditentukan berdasarkan kebutuhan data, bukan jumlah statistik. Dalam penelitian kualitatif, jumlah informan dianggap cukup ketika informasi yang diperoleh sudah berulang dan tidak menghasilkan temuan baru yang signifikan. Setelah mewawancarai delapan informan perempuan sebagai informan kunci, peneliti menemukan pola pengalaman, motif, dan cara memaknai aktivitas nongkrong yang relatif sama. Dengan demikian, total dua belas informan dipandang memadai untuk menjawab fokus penelitian.

Tabel 1.
Daftar Informan Penelitian

No	Nama Informan	Umur Informan	Posisi Informan	Waktu Kunjungan	Jenis Informan
1.	NFI	20 Tahun	Mahasiswa Universitas Negeri Padang	4-5 kali/minggu	Informan Kunci
2.	HFS	20 Tahun	Mahasiswa Universitas Andalas	4-5 kali/minggu	Informan Kunci
3.	AAT	24 Tahun	Bekerja	3-4 kali/minggu	Informan Kunci
4.	NDP	20 Tahun	Mahasiswa Universitas Andalas	3-4/minggu	Informan Kunci
5.	GNA	20 Tahun	Mahasiswa Universitas Andalas	3-4 kali/minggu	Informan Kunci
6.	AC	22 Tahun	Mahasiswa Universitas Putra Indonesia	3-4 kali/minggu	Informan Kunci
7.	MD	23 Tahun	Bekerja	3-4 kali/minggu	Informan Kunci
8.	SR	21 Tahun	Mahasiswa Universitas Negeri Padang	1-2 kali/bulan	Informan Kunci
9.	LKP	22 Tahun	Barista	Setiap hari	Informan Biasa
10.	ND	24 Tahun	Waiters/Pelayan	Setiap hari	Informan Biasa
11.	FA	29 Tahun	Security	Setiap Hari	Informan Biasa
12.	TU	26 Tahun	Petugas Parkir	Setiap Hari	Informan Biasa

Sumber: Data Primer Penelitian 2025

4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Creswell (2018: 233), teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dalam penelitian. Ini bisa dilakukan dengan berbagai metode seperti wawancara, pengamatan langsung, memeriksa

dokumen, atau menggunakan foto dan video. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang diteliti dengan cara melihat atau mendengar langsung dari orang yang terlibat. Creswell (2018: 234) juga menekankan pentingnya menggunakan berbagai cara untuk memastikan data yang dikumpulkan akurat dan terpercaya. Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk menghimpun data, antara lain meliputi:

a. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data dalam penelitian kualitatif yang dilakukan dengan mengamati secara langsung situasi, perilaku, serta aktivitas sosial di lapangan. Melalui observasi, peneliti dapat menangkap detail-detail yang tidak selalu muncul dalam wawancara, sehingga pemahaman terhadap konteks penelitian menjadi lebih komprehensif. Dalam penelitian ini digunakan observasi partisipatif, yaitu bentuk observasi di mana peneliti tidak hanya mengamati sebagai pihak luar, tetapi hadir dan terlibat langsung dalam situasi sosial yang diteliti. Dengan cara ini, peneliti dapat melihat secara nyata bagaimana aktivitas berlangsung, serta memahami pengalaman dan praktik sosial partisipan secara lebih mendalam (Creswell, 2018:236).

Observasi digunakan untuk memahami bagaimana perempuan melakukan aktivitas *nongkrong* di *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo. Peneliti mengamati proses perempuan memilih tempat duduk, membawa laptop atau perlengkapan kerja, membuat konten, serta berinteraksi dengan pengunjung lain maupun pekerja coffee shop. Aktivitas sederhana seperti mengetik, memotret minuman, membuka earphone, atau sekadar menikmati suasana juga diperhatikan.

Selain di dalam ruangan, peneliti turut mengamati area luar seperti parkir, pintu masuk, hingga interaksi perempuan dengan petugas keamanan dan petugas parkir. Pengamatan ini penting untuk memahami bagaimana *coffee shop* berfungsi sebagai ruang yang nyaman dan aman bagi perempuan.

b. Wawancara

Wawancara merupakan metode utama dalam penelitian ini untuk menggali bagaimana informan memaknai pengalaman dan tindakan mereka. Metode ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman langsung dari perspektif partisipan, sesuai dengan tujuan penelitian kualitatif (Creswell, 2018:164). Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur, menggunakan panduan pertanyaan yang fleksibel sehingga informan tetap memiliki ruang untuk menjelaskan pengalaman secara mendalam dan bebas.

Wawancara menggali latar belakang sosial informan, seperti tempat tinggal, aktivitas sehari-hari, serta motivasi mereka datang ke *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo. Peneliti tidak hanya menanyakan rutinitas, tetapi juga mengeksplorasi bagaimana perempuan memaknai ruang *coffee shop*, serta bagaimana mereka melihat *coffee shop* sebagai ruang publik. Pertanyaan-pertanyaan tersebut menuntut jawaban reflektif, sehingga wawancara dilakukan secara terbuka untuk memberikan ruang bagi informan menceritakan pengalaman dengan cara mereka sendiri.

Wawancara dilakukan secara langsung dan tatap muka di tempat yang disepakati bersama, sebagian besar di *Coffee Shop* Kopkit Indonesia untuk memastikan informan merasa nyaman. Sebelum wawancara dimulai, peneliti

memperkenalkan diri dan menjelaskan tujuan penelitian untuk membangun hubungan yang cair dan tidak kaku. Selama proses wawancara, peneliti menggunakan alat perekam suara serta mencatat poin-poin penting. Informan telah diberi penjelasan mengenai penggunaan rekaman dan memberikan persetujuan sebelum wawancara berlangsung.

Peneliti juga berusaha menyesuaikan gaya dan nada bicara agar informan merasa aman membagikan pengalaman pribadi. Pertanyaan diajukan secara terbuka, seperti: “Bagaimana persepsi Anda terhadap ruang *coffee shop*?” “Apa alasan Anda memilih *Coffe Shop* Kopkit Indonesia dibanding tempat lain?” “Apa yang biasanya Anda persiapkan sebelum datang ke *coffee shop*?”. Melalui wawancara ini, peneliti berupaya menangkap cara perempuan memahami dirinya, menampilkan identitas, serta mengekspresikan diri di ruang publik seperti *coffee shop*. Dengan demikian, wawancara tidak hanya menghasilkan data deskriptif, tetapi juga membuka pemahaman yang lebih dalam tentang pengalaman sosial perempuan di ruang publik modern.

c. Studi pustaka

Menurut Creswell (2018:243), studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca dan menelaah berbagai sumber tertulis yang relevan agar penelitian memiliki dasar teori dan konteks yang kuat. Dalam penelitian ini, studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan referensi dari buku, jurnal ilmiah, artikel, dan sumber online yang membahas ruang publik, budaya *nongkrong*, gaya hidup urban, ekspresi diri, serta pembentukan identitas perempuan.

Peneliti menggunakan sejumlah kata kunci seperti “ruang sosial,” “*nongkrong* di *coffee shop*,” “perempuan di ruang publik,” “ekspresi diri,” dan “identitas sosial” untuk menemukan literatur yang sesuai dan mendukung analisis penelitian. Melalui studi pustaka, peneliti memperoleh pemahaman awal mengenai konsep, teori, serta temuan-temuan terdahulu yang menjadi landasan untuk melihat fenomena *nongkrong* perempuan di *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo dalam kerangka teori yang tepat.

d. Dokumentasi

Menurut Creswell (2018:244), dokumentasi dalam penelitian kualitatif merupakan pemanfaatan berbagai dokumen tertulis, visual, maupun digital sebagai sumber data tambahan. Dokumen ini berupa arsip, catatan, foto, video, atau materi lain yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi digunakan untuk menangkap aktivitas *nongkrong* perempuan di *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo. Peneliti mengumpulkan foto suasana *coffee shop*, serta rekaman suara dari proses wawancara. Seluruh dokumentasi ini berfungsi memperkuat data hasil observasi dan wawancara, sekaligus memberikan gambaran visual yang lebih lengkap mengenai bagaimana perempuan berada di ruang *coffee shop* dalam aktivitas *nongkrong* mereka.

5. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan mengikuti model interaktif Miles & Huberman (1994), yang terdiri dari tiga tahap utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Model ini dipilih karena memberikan alur kerja yang sistematis dan memungkinkan peneliti memahami data secara

mendalam. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu proses menyortir, memilih, dan merangkum data yang paling relevan dengan fokus penelitian. Data dari observasi partisipatif, wawancara, dokumentasi, dan catatan lapangan diseleksi untuk melihat bagaimana *coffee shop* berperan sebagai ruang sosial bagi perempuan serta bagaimana aktivitas *nongkrong* mencerminkan ekspresi diri dan pembentukan identitas. Informasi yang tidak berkaitan langsung dengan fokus penelitian disisihkan agar analisis lebih tajam dan terarah.

Tahap kedua adalah penyajian data, dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif yang tersusun rapi. Pada tahap ini, data yang telah direduksi dipaparkan melalui kutipan wawancara, hasil observasi, dan dokumentasi visual. Penyajian data bertujuan memberikan gambaran yang utuh mengenai pengalaman dan makna yang disampaikan oleh perempuan dalam aktivitas *nongkrong* di *coffee shop* sebagai ruang sosial. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Peneliti mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan konseptual dari keseluruhan data. Kesimpulan dilakukan secara berulang sejak awal pengumpulan data hingga tahap akhir analisis. Proses verifikasi dilakukan melalui triangulasi untuk memastikan keabsahan temuan. Dengan langkah ini, penelitian tidak hanya menggambarkan fenomena yang tampak, tetapi juga menjelaskan makna sosial yang lebih dalam bagi perempuan (Moleong, 2019; Miles & Huberman, 1994).

6. Proses Jalannya Penelitian

Penelitian ini mulai dilakukan pada awal tahun 2025. Ketertarikan peneliti terhadap fenomena *nongkrong* di *Coffee Shop* Kopkit Indonesia muncul pada bulan Januari 2025 setelah melihat tingginya kunjungan perempuan di tempat tersebut.

Ini juga diperkuat dengan obrolan dengan pelayan / *waiters* yang ada di *coffee shop*. Tahap observasi awal dilakukan pada Februari 2025. Peneliti mengamati secara langsung aktivitas pengunjung, pola waktu kunjungan, bentuk interaksi sosial, serta suasana ruang yang terbentuk di *coffee shop*. Tahap awal ini membantu peneliti memahami konteks lapangan sekaligus memperjelas fokus penelitian, yaitu bagaimana aktivitas *nongkrong* perempuan menjadi bentuk ekspresi diri dan bagian dari pembentukan identitas sosial.

Observasi tambahan dilakukan pada minggu ke-2 dan ke-3 bulan Mei 2025. Pada tahap ini, pengamatan dilakukan lebih terarah untuk melihat kebiasaan *nongkrong* perempuan, aktivitas yang mereka lakukan di dalam *coffee shop*, serta perbedaan dinamika ruang antara pagi, siang, dan malam. Catatan lapangan dari berbagai waktu kunjungan digunakan untuk membangun gambaran yang lebih utuh tentang aktivitas perempuan di tempat tersebut. Selanjutnya, pada tanggal 10 September 2025, peneliti kembali ke lapangan untuk melakukan wawancara singkat dengan pihak pengelola *Coffee Shop* Kopkit Indonesia Cabang Sutomo. Pertemuan ini bertujuan memperoleh informasi mengenai sejarah, konsep ruang, serta kebijakan pengelolaan *coffee shop* yang relevan dengan penelitian.

Setelah seluruh data terkumpul, peneliti menyusun hasil penelitian berdasarkan urutan kegiatan di lapangan, dimulai dari observasi awal, observasi lanjutan, hingga wawancara dengan informan kunci, informan biasa, serta pengelola *coffee shop*. Seluruh proses penelitian berjalan sesuai rencana dan berhasil menghasilkan data yang mendukung tujuan penelitian. Selama proses pengumpulan data, peneliti menjaga pendekatan yang terbuka dan santai. Hubungan baik dibangun dengan

informan dan pengelola agar wawancara dan observasi berlangsung alami tanpa tekanan. Informan diberi kebebasan penuh untuk menceritakan pengalaman mereka, dan kerahasiaan identitas dijaga sesuai etika penelitian antropologi. Pendekatan ini membantu peneliti menangkap makna yang lebih dalam dari aktivitas *nongkrong* perempuan, sekaligus memahami dinamika sosial dan budaya yang hadir dalam ruang publik di Kota Padang

