

Budaya Nongkrong Generasi Z di *Coffe Shop* (Studi Lima *Coffee Shop* Kota Kendari)

Laxmi¹, Hidayah Rahman², Rani Anggraeni³, I Subandrio⁴

^{1,2,3} Program Studi Antropologi Sosial, Universitas Halu Oleo

⁴ Sastra Perancis, Universitas Halu Oleo

e-mail: laxmi77antro@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas apa saja yang dilakukan Generasi Z saat nongkrong di *Coffee Shop*, serta memahami alasan Generasi Z mempraktikkan budaya nongkrong di *Coffee Shop* sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Lokasi penelitian di beberapa *Coffee Shop* yaitu, Cofftea Space, Sassy, Mujur Coffee & Roster, Disemeja Coffee & Chill, dan TuanTana yang menjadi tempat berkumpul Generasi Z. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis penelitian ini menggunakan teori deteritorialisasi budaya yang dikemukakan oleh Irwan Abdullah yang menjelaskan terjadinya pergeseran makna ruang dan budaya dalam kehidupan masyarakat modern. Informan dalam penelitian ini dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu individu yang dianggap paling memahami serta terlibat langsung dalam budaya nongkrong di kalangan Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Coffee Shop* tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat menikmati kopi, tetapi telah menjadi ruang ketiga bagi Generasi Z, yaitu ruang alternatif di luar rumah dan tempat kerja atau kampus. *Coffee Shop* dimanfaatkan untuk berbagai aktivitas seperti bersosialisasi, berdiskusi, belajar, mengerjakan tugas, bekerja secara fleksibel, mencari hiburan, hingga membangun relasi sosial. Budaya nongkrong di *Coffee Shop* juga dimaknai sebagai bentuk ekspresi gaya hidup modern, kebutuhan akan kenyamanan, serta pencarian identitas sosial di tengah perkembangan budaya urban yang semakin dinamis.

Kata Kunci: Generasi Z, Budaya Nongkrong, Coffee Shop.

Abstract

This study aims to identify the activities carried out by Generation Z while hanging out at coffee shops and to understand the reasons why Generation Z practices the culture of hanging out at coffee shops as part of their lifestyle. The research locations being several coffee shops, namely Cofftea Space, Sassy, Mujur Coffee & Roaster, Disemeja Coffee & Chill, and TuanTana, which serve as gathering places for Generation Z. The method used in this study was qualitative research with a descriptive approach. Data collection techniques included

participant observation, in-depth interviews, and documentation. The analysis of this study employed the cultural deterritorialization theory proposed by Irwan Abdullah which explains the shifting meaning of space and culture in modern society. The informants in this study were selected using purposive sampling, namely individuals considered to have a deep understanding of and direct involvement in the hanging-out culture among Generation Z. The results show that coffee shops no longer function solely as places to enjoy coffee, but have become a third place for Generation Z, serving as an alternative space outside the home and workplace or campus. Coffee shops are utilized for various activities such as socializing, discussing, studying, completing assignments, working flexibly, seeking entertainment, and building social relationships. Furthermore, the culture of hanging out at coffee shops is also interpreted as a form of modern lifestyle expression, a need for comfort, and a search for social identity amid increasingly dynamic urban cultural developments.

Keywords: Generation Z, Hanging-Out Culture, Coffee Shop.

LATAR BELAKANG

Seiring dengan berkembangnya zaman, perubahan sosial dan budaya sering kali terlihat dari cara hidup dan kebiasaan masyarakat, terutama di kalangan anak muda. Salah satu perubahan yang cukup terlihat di kalangan Generasi Z, khususnya di Kendari, adalah budaya nongkrong. Fenomena nongkrong di *Coffee Shop* ini semakin populer, karna pengaruh besar globalisasi yang membawa arus informasi, teknologi, dan budaya dari seluruh dunia. Globalisasi ini mengubah cara anak muda berinteraksi dan beraktivitas, membuat tempat-tempat seperti *Coffee Shop* tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati kopi, tetapi juga ruang sosial yang lebih modern dan mengikuti tren global.

Budaya nongkrong Generasi Z di Kendari saat ini menjadi hal yang sangat nyata terlihat, terutama di kalangan pekerja muda dan mahasiswa, mereka tumbuh dan berkembang di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital dan pengaruhi budaya global. Anak-anak muda ini, dengan mobilitas tinggi dan interaksi sosial yang aktif, memiliki ciri khas dalam cara mereka berkomunikasi yang lebih terbuka. Salah satu tempat yang banyak dikunjungi adalah *Coffee Shop*, yang saat ini menjadi tempat nongkrong populer. Waktu nongkrong biasanya terjadi pada sore hingga malam hari, sekitar pukul 18.00 hingga 23.00, setelah mereka selesai kuliah atau bekerja, Lokasi nongkrong pada *coffee shop* yaitu: Disemeja, Sassy, Mujur Coffee & Roster, Cofftea Space, TUANTANA Kendari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas budaya nongkrong Generasi Z di coffee shop telah mengalami pergeseran makna, dari sekadar aktivitas mengisi waktu luang menjadi praktik sosial yang bersifat produktif. Coffee shop dimanfaatkan sebagai ruang alternatif yang mendukung berbagai aktivitas, seperti rapat organisasi, menikmati kopi, bersantai bersama pasangan, serta bermain game dan kartu domino. Beragam aktivitas tersebut memperlihatkan bahwa coffee shop tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi, tetapi telah

berkembang menjadi ruang sosial yang mengakomodasi kebutuhan interaksi, hiburan, dan produktivitas Generasi Z.



Aktivitas rapat organisasi menunjukkan bahwa coffee shop dipilih karena menawarkan suasana yang nyaman, santai, dan fleksibel sehingga memudahkan proses diskusi, koordinasi, serta pengambilan keputusan. Sementara itu, aktivitas menikmati kopi tidak hanya dipahami sebagai konsumsi minuman, tetapi juga menjadi bagian dari pengalaman sosial dan simbol gaya hidup Generasi Z. Di sisi lain, coffee shop juga dimanfaatkan sebagai tempat bersantai bersama pasangan untuk membangun kedekatan emosional, serta sebagai ruang hiburan melalui aktivitas bermain game dan kartu domino yang memperkuat hubungan pertemanan.



Temuan ini menunjukkan bahwa budaya nongkrong Generasi Z di coffee shop mencerminkan perubahan fungsi ruang publik dalam kehidupan masyarakat perkotaan. Coffee shop telah menjadi ruang yang mempertemukan aktivitas sosial, rekreatif, dan produktif secara bersamaan. Fenomena tersebut sejalan dengan teori deteritorialisasi budaya Irwan Abdullah yang menjelaskan bahwa modernisasi telah menggeser fungsi dan makna suatu ruang sosial. Dalam konteks ini, coffee shop tidak lagi dimaknai semata sebagai tempat menikmati kopi, melainkan sebagai ruang yang memungkinkan Generasi Z membangun relasi sosial, mengekspresikan identitas, serta menjalankan berbagai aktivitas keseharian secara lebih fleksibel.

Budaya nongkrong di Coffee Shop pada Generasi Z menunjukkan bahwa Coffee Shop tidak lagi hanya berfungsi sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial yang dapat digunakan untuk berbagai aktivitas. Generasi Z memanfaatkan Coffee Shop sebagai tempat untuk melaksanakan rapat organisasi, menikmati kopi, bersantai bersama pasangan, bermain game dan kartu domino, serta melakukan interaksi sosial bersama teman-teman. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa Coffee Shop memiliki fungsi yang fleksibel dan mampu menyesuaikan dengan berbagai kebutuhan pengunjung, baik kebutuhan sosial, hiburan, emosional, maupun produktivitas.

Suasana yang nyaman, santai, estetik, dan tidak terlalu formal menjadi salah satu alasan Generasi Z memilih Coffee Shop sebagai tempat untuk menghabiskan waktu.

Dalam kegiatan organisasi, Coffee Shop digunakan sebagai tempat untuk melaksanakan rapat, membahas rencana kegiatan, bertukar pendapat, menyampaikan ide, melakukan koordinasi, dan menentukan keputusan bersama. Suasana Coffee Shop yang lebih santai membuat anggota organisasi merasa lebih nyaman dalam berkomunikasi dan menyampaikan pendapat tanpa adanya tekanan dari suasana formal. Selain itu, kegiatan rapat yang dilakukan di Coffee Shop juga dapat menciptakan hubungan yang lebih akrab antar anggota karena interaksi tidak hanya berlangsung secara formal, tetapi juga diselingi dengan percakapan santai. Hal ini menunjukkan bahwa Coffee Shop mampu menjadi ruang alternatif yang mendukung produktivitas sekaligus memperkuat hubungan sosial dalam organisasi.

Selain kegiatan organisasi, menikmati kopi menjadi salah satu bagian penting dalam budaya nongkrong Generasi Z. Kopi tidak hanya dipandang sebagai minuman, tetapi juga menjadi bagian dari pengalaman yang memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi individu. Setiap informan memiliki cara yang berbeda dalam menikmati kopi. Ada informan yang memiliki kebiasaan memilih menu yang sama karena merasa nyaman dengan rasa yang sudah dikenal, sementara informan lainnya lebih menyukai mencoba berbagai menu untuk memperoleh pengalaman rasa yang baru. Kopi juga dianggap mampu membantu meningkatkan suasana hati, konsentrasi, dan fokus ketika berada di Coffee Shop. Dengan demikian, aktivitas menikmati kopi tidak hanya berkaitan dengan konsumsi, tetapi juga berkaitan dengan pengalaman pribadi dan suasana yang tercipta selama berada di Coffee Shop.

Coffee Shop juga dimanfaatkan sebagai ruang untuk menghabiskan waktu bersama pasangan. Aktivitas seperti berbincang, bertukar cerita, bertukar pikiran, menikmati makanan dan minuman, serta membahas berbagai persoalan dalam hubungan menunjukkan bahwa Coffee Shop dapat mendukung terciptanya komunikasi dan kedekatan emosional. Suasana yang nyaman dan santai membuat pasangan lebih leluasa untuk berinteraksi dan menyampaikan pikiran maupun perasaan. Selain itu, kegiatan bermain game dan kartu domino menjadi bentuk hiburan yang dilakukan Generasi Z bersama teman-temannya. Aktivitas tersebut digunakan untuk mengisi waktu luang, menghilangkan kebosanan, melepas penat, serta menciptakan suasana yang lebih akrab melalui kegiatan bermain, bercanda, tertawa, dan berbincang santai. Hal tersebut menunjukkan bahwa Coffee Shop juga memiliki fungsi sebagai ruang hiburan dan interaksi sosial bagi Generasi Z.

Berbagai aktivitas tersebut menunjukkan adanya perubahan dalam cara Generasi Z memaknai dan memanfaatkan ruang sosial. Berdasarkan perspektif teori deteritorialisasi, ruang sosial tidak lagi terbatas pada tempat-tempat tradisional seperti rumah dan lingkungan keluarga, tetapi dapat berpindah dan berkembang ke ruang publik lainnya. Dalam konteks penelitian ini, Coffee Shop menjadi ruang alternatif yang digunakan Generasi Z untuk membangun hubungan sosial, mengekspresikan diri, mencari kenyamanan, melakukan aktivitas produktif, serta menghabiskan waktu bersama orang lain. Coffee Shop dengan demikian tidak hanya memiliki fungsi ekonomi sebagai tempat transaksi makanan dan minuman, tetapi juga memiliki fungsi sosial dan kultural dalam kehidupan Generasi Z. Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa budaya nongkrong di Coffee Shop merupakan

bagian dari perubahan gaya hidup dan pola interaksi sosial Generasi Z, sekaligus menunjukkan bahwa Coffee Shop telah berkembang menjadi ruang ketiga yang mampu menggabungkan aktivitas sosial, hiburan, kenyamanan, dan produktivitas dalam kehidupan sehari-hari.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa budaya nongkrong Generasi Z di coffee shop di Kelurahan Kadia, Kota Kendari telah mengalami perubahan makna dari sekadar aktivitas mengisi waktu luang menjadi bagian dari aktivitas sosial dan produktif. Generasi Z memanfaatkan coffee shop untuk melaksanakan rapat organisasi, menikmati kopi, bersantai bersama pasangan, serta bermain game dan kartu domino. Berbagai aktivitas tersebut menunjukkan bahwa coffee shop telah berfungsi sebagai ruang yang mendukung interaksi sosial sekaligus memenuhi kebutuhan rekreasi dan produktivitas. Perubahan fungsi coffee shop tersebut menunjukkan adanya pergeseran makna ruang dalam kehidupan Generasi Z. Coffee shop tidak lagi dipandang hanya sebagai tempat menikmati minuman, tetapi menjadi ruang yang digunakan untuk membangun relasi sosial, melakukan aktivitas bersama, serta mengekspresikan gaya hidup. Temuan ini sejalan dengan konsep deterritorialisasi budaya yang menjelaskan bahwa perubahan sosial dan perkembangan budaya modern telah membentuk fungsi baru coffee shop sebagai ruang aktivitas Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I. (2006). *Konstruksi Dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arisanti, P. (2021). Tren Gaya Hidup Milenial, Identitas Sosial Dan Desain Coffee Shop.
- Arisanti, P. (2021). Tren Gaya Hidup Milenial, Identitas Sosial Dan Desain Coffe Shop. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(4), 579-590.
- Azzahra, M., Abdurahman, A. I., & Alamsyah, A. (2023). Fenomena Ngopi Di *Coffee Shop* Pada Gen Z. *Social Science Academic*, 1(2), 493-506.
- Cahya, K. D. (2018). Jadi Gaa Hidup Masyarakat Indonesia, Budaya, Nongkrong Di Kedai Kopi Tak Penah Pudar. *Tribun Travel*.
- Creswell, John. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset (Memilih Di Antara Lima Pendekatan)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dwivedula, R., Dkk. (2019). Karakteristik Dan Perilaku Generasi Z Dalam Era Digital.
- Edi Syahputra, Hafizah Ismayati, Nur Ain Nun, Puspita Naura Maharani. "Pengaruh Budaya Terhadap Bahasa Indonesia (Pengaruh Budaya Terhadap Bahasa Indonesia Dikalangan Remaja)". *Jurnal Multidisiplin Dehasen*.
- Fauzi, A., Punia, I. N., & Kamajaya, G. (2017). Budaya Nongkrong Anak Muda Di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, 3(5), 40-47.
- Febrian, P. R., Yanti, C. I., Aovilia, H., & Arnas, W. A. (2021). Trend *Coffee Shop* Di Bandar Lampung Dan Strategi Dalam Bertahan Di Tengah Banyaknya *Coffee Shop* Di Bandar Lampung. *Jurnal Sociologie*, (1), 23-29.
- Herlyana, E. (2014). *Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*. *Jurnal Thaqafiyat*.

- Koentjaraningrat. (2009). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Shasihade, D. E. (2024). Nongkrong Anak Muda Di Lapo Tuak: Dinamika Budaya Dan Modernisasi Lapo Tuak Di Medan (Doctoral Dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- Sladek, S., & Grabinger, A. (2014). *Gen Z: The First Generation Of The 21st Century Has Arrived!* XYZ University.
- Spradley, J. P. (1997). *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Spradley, J. P. (1997). *Metode Etnografi*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Syahputra, Dkk. (2022). Konsep Budaya Dalam Kehidupan Masyarakat.
- Syahrani, A. W., & Kamil, M. L. (2022). Budaya Dan Kebudayaan: Tinjauan Dari Berbagai Pakar, Wujud-Wujud Kebudayaan, 7 Unsur Kebudayaan Yang Bersifat Universal. *Cross-Border*, 5(1), 782-791.
- Tylor, Edward Burnett. (1871). *Primitive Culture*. Vol. 1 & Vol. 2. London: John Murray, 1920.
- Yose, D., Ikhwan, I., & Amri, E. (2022). Fenomena Pelaku Konsumtif Remaja Kota Padang Penikmat *Coffee Shop*. *Jurnal Perspektif*, 5(2), 208-216.