

## Peran UKM Cafe dalam Membentuk Gaya Hidup Gen Z: Studi Tentang Kebiasaan Nongkrong dan Interaksi Sosial

Lailatun Nuroniyah<sup>1</sup>, Elvi Cahya Camelia<sup>2</sup>, Fikri Pirmansyah<sup>3</sup>,  
Aullya Putri Ramadhani<sup>4</sup>, Wirdah Miraran Erfaniyah<sup>5</sup>, Fifa Elfrida Aisha<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup>Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura  
E-mail: [220721100207@student.trunojoyo.ac.id](mailto:220721100207@student.trunojoyo.ac.id)<sup>1</sup>, [240721100008@student.trunojoyo.ac.id](mailto:240721100008@student.trunojoyo.ac.id)<sup>2</sup>,  
[240721100009@student.trunojoyo.ac.id](mailto:240721100009@student.trunojoyo.ac.id)<sup>3</sup>, [240721100083@student.trunojoyo.ac.id](mailto:240721100083@student.trunojoyo.ac.id)<sup>4</sup>,  
[240721100092@student.trunojoyo.ac.id](mailto:240721100092@student.trunojoyo.ac.id)<sup>5</sup>, [240721100141@student.trunojoyo.ac.id](mailto:240721100141@student.trunojoyo.ac.id)<sup>6</sup>

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran UKM café dalam membentuk gaya hidup Generasi Z, khususnya dalam aspek kebiasaan nongkrong dan interaksi sosial. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada perubahan pola hidup generasi muda yang semakin dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital dan media sosial. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada responden yang merepresentasikan Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa café tidak hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi, tetapi telah berkembang menjadi ruang publik multifungsi yang mencakup fungsi sosial, rekreatif, dan produktif. Interaksi sosial yang terjadi di café mendorong terbentuknya relasi yang lebih terbuka dan egaliter, sekaligus menjadi sarana ekspresi diri dan pembentukan identitas. Selain itu, persepsi Generasi Z terhadap café juga menunjukkan adanya pergeseran fungsi sebagai ruang kerja alternatif yang fleksibel. Aspek estetika café turut menjadi faktor penting dalam menarik minat, membentuk preferensi, serta meningkatkan kepercayaan diri sosial melalui representasi di media digital. Dengan demikian, UKM café memiliki peran strategis dalam membentuk dinamika gaya hidup dan eksistensi sosial Generasi Z di era modern.

**Kata Kunci:** Ukm Kafe, Gaya Hidup Gen Z, Kebiasaan Nongkrong, Interaksi Sosial

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin cepat, masyarakat mengalami perubahan besar dalam gaya hidup mereka, terutama Generasi Z. Cara mereka beraktivitas, berkomunikasi, dan mengisi waktu luang berubah dibandingkan dengan generasi sebelumnya karena ketersediaan media sosial dan teknologi digital. Generasi Z juga cenderung lebih terbuka dan ekspresif, dan menjadikan pengalaman sosial sebagai bagian penting dari kehidupan sehari-hari mereka. Salah satu perubahan yang paling terlihat adalah peningkatan kebiasaan mengunjungi cafe, yang sekarang bukan hanya tempat makan dan minum tetapi juga menjadi bagian dari gaya hidup.

Di tengah fenomena ini, UKM cafe berkembang dengan sangat pesat dan semakin diminati oleh remaja. Banyak pemilik cafe menciptakan ide-ide yang berbeda dan menarik, mulai dari desain interior yang indah, suasana yang nyaman, hingga pilihan menu yang mengikuti tren. Ini membuat cafe menjadi tempat yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan tetapi juga menawarkan pengalaman yang dapat dinikmati dan dibagi bersama.

Cafe sering menjadi tempat favorit Generasi Z untuk berkumpul dengan teman, menyelesaikan tugas, melakukan pertemuan santai, atau sekadar bersantai setelah aktivitas. Kemudian, kebiasaan "nongkrong" di cafe menjadi bagian dari rutinitas sosial yang cukup kuat. Ini adalah cara untuk berkumpul dan membangun dan memperluas hubungan sosial. Generasi Z lebih mudah mengekspresikan diri karena interaksi di cafe terasa lebih santai dan fleksibel.

Keberadaannya tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga pada cara generasi muda berinteraksi, membangun relasi, dan memaknai waktu luang. Oleh karena itu,

**Peran UKM Cafe dalam Membentuk Gaya Hidup Gen Z: Studi Tentang Kebiasaan Nongkrong dan Interaksi Sosial**

Lailatun Nuroniyah, Elvi Cahya Camelia, Fikri Pirmansyah, Aullya Putri Ramadhani, Wirdah Miraran Erfaniyah, Fifa Elfrida Aisha

penting untuk mengkaji lebih dalam mengenai peran UKM cafe dalam membentuk gaya hidup Generasi Z, khususnya yang berkaitan dengan kebiasaan nongkrong dan interaksi sosial, agar dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai fenomena yang terjadi di kalangan generasi muda saat ini.

**Rumusan Masalah**

1. Bagaimana interaksi sosial yang terjadi di cafe memengaruhi cara Generasi Z membangun relasi dan mengekspresikan diri?
2. Bagaimana persepsi Gen Z terhadap fungsi UKM cafe (sebagai tempat santai, kerja, atau sosial)?
3. Bagaimana estetika cafe berperan dalam membentuk gaya hidup serta meningkatkan kepercayaan diri sosial Generasi Z?

**Tujuan**

1. Untuk mengetahui bagaimana interaksi sosial yang terjadi di cafe memengaruhi cara Generasi Z dalam membangun relasi dan mengekspresikan diri.
2. Untuk menganalisis persepsi Generasi Z terhadap fungsi UKM cafe, baik sebagai tempat bersantai, bekerja, maupun sebagai ruang sosial.
3. Untuk mengkaji peran estetika cafe dalam membentuk gaya hidup serta meningkatkan kepercayaan diri sosial Generasi Z.

**KAJIAN LITERATUR DAN ANALISIS**

**Data Penelitian:**

No	Kategori	Hasil Responden				
		STS	TS	N	S	SS
1	Pengalaman yang menyenangkan	2	3	22	24	6
2	Suasana yang nyaman atau tenang bagi pelanggan	4	9	22	15	7
3	Tempat efektif untuk membangun relasi sosial	3	4	20	25	5
4	Cafe menjadi bagian gaya hidup Gen Z	2	5	18	23	9
5	Cafe untuk mahasiswa yang mengerjakan tugas	5	27	23	2	-
6	Sebagai tempat untuk berpacaran	5	13	23	13	3
7	Nongkrong lebih sering bermain handphone daripada ngobrol dengan teman	3	17	26	8	3
8	Rekomendasi mempengaruhi dalam memilih cafe	3	1	15	29	9
9	Tampilan yang aesthetic menjadi alasan memilih cafe	1	1	19	26	10
10	Kurang seru nongkrong tanpa membagikan di medsos	5	7	29	9	7

**Keterangan:**

STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), N (Netral), S (Setuju), SS (Sangat Setuju)

**Analisis:**

Berdasarkan data hasil responden terhadap 10 pernyataan terkait peran UKM cafe dalam membentuk gaya hidup Gen Z, dapat diketahui bahwa secara umum responden menunjukkan kecenderungan setuju (S) dan sangat setuju (SS) terhadap sebagian besar indikator. Hal ini menunjukkan bahwa cafe memiliki peran yang cukup signifikan dalam kehidupan sosial dan gaya hidup generasi Z.

Keberadaan tempat nongkrong ini juga dipandang mampu mendukung terjalannya interaksi sosial sekaligus memperkuat hubungan antarindividu. Aktivitas berkumpul, berkomunikasi, hingga menjalin kedekatan dengan orang lain dapat dilakukan dengan nyaman, sehingga menjadikannya sebagai ruang sosial modern bagi generasi Z. Dalam perkembangannya, fenomena ini turut dipengaruhi oleh budaya digital, di mana pemilihan

tempat banyak ditentukan oleh rekomendasi dari lingkungan sekitar maupun media sosial serta tampilan aesthetic yang menarik, sehingga nilai visual dan daya tarik menjadi pertimbangan penting.

Fungsi tempat tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk aktivitas akademik karena sebagian besar responden tidak menjadikannya sebagai pilihan utama untuk mengerjakan tugas, yang menunjukkan bahwa penggunaannya lebih dominan pada aktivitas sosial dan rekreatif. Penggunaan teknologi seperti handphone dan media sosial tetap hadir dalam aktivitas nongkrong, tetapi tidak menghilangkan interaksi secara langsung. Secara keseluruhan, UKM cafe memiliki peran yang kuat dalam membentuk gaya hidup generasi Z, terutama dalam aspek sosial dan lifestyle yang dipengaruhi oleh perkembangan budaya digital, meskipun kontribusinya dalam mendukung produktivitas akademik masih terbatas.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Interaksi Sosial di Cafe terhadap Pembentukan Relasi dan Ekspresi Diri Generasi Z**

Interaksi sosial yang terjadi di café memiliki pengaruh signifikan terhadap cara Generasi Z membangun relasi dan mengekspresikan diri. Café berfungsi sebagai ruang publik modern yang tidak hanya menjadi tempat konsumsi, tetapi juga arena sosial dan simbolik yang memungkinkan individu untuk berinteraksi, berbagi pengalaman, serta membentuk makna bersama dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks ini, café dapat dipahami sebagai bagian dari transformasi ruang publik tradisional menuju ruang publik kontemporer yang lebih fleksibel, estetis, dan berbasis gaya hidup.

Bagi Generasi Z, café bukan sekadar tempat untuk menikmati kopi, melainkan juga menjadi ruang untuk membangun identitas diri. Melalui aktivitas seperti berkumpul, berdiskusi, bekerja, hingga membuat konten di media sosial, individu secara tidak langsung sedang menampilkan citra diri yang ingin mereka konstruksikan di hadapan orang lain. Hal ini menunjukkan bahwa café memiliki fungsi sebagai “panggung sosial” di mana individu dapat mengekspresikan nilai, selera, dan preferensi mereka.

Selain itu, kebiasaan nongkrong di café juga mendorong terbentuknya pola hubungan sosial yang lebih egaliter dan inklusif. Tidak adanya batasan formal seperti di lingkungan kerja atau institusi pendidikan membuat interaksi di café cenderung lebih santai, terbuka, dan setara. Kondisi ini memungkinkan terjadinya pertukaran ide yang lebih bebas, memperluas jaringan pertemanan, serta memperkuat solidaritas sosial antarindividu.

Aktivitas ngopi sendiri telah mengalami pergeseran makna dari sekadar kebutuhan konsumsi menjadi simbol interaksi sosial. Kopi dan café kini menjadi bagian dari simbol gaya hidup yang mencerminkan modernitas, kreativitas, dan keterhubungan sosial. Dalam hal ini, konsumsi tidak lagi hanya bersifat fungsional, tetapi juga simbolik, di mana pilihan tempat, menu, hingga suasana café menjadi representasi dari identitas sosial seseorang. perkembangan media sosial turut memperkuat peran café sebagai ruang ekspresi diri. Banyak individu dari Generasi Z memanfaatkan café sebagai latar untuk menghasilkan konten visual yang menarik, seperti foto atau video, yang kemudian dibagikan di platform digital. Aktivitas ini memperlihatkan bagaimana ruang fisik café terhubung dengan ruang digital dalam membentuk eksistensi sosial dan pengakuan dari lingkungan sekitarnya.

Dengan demikian, café menjadi medium penting bagi Generasi Z dalam membangun relasi sosial yang bersifat cair dan dinamis. Keberadaan café tidak hanya memperkuat interaksi sosial secara langsung, tetapi juga mendukung pembentukan identitas, ekspresi diri, serta integrasi antara kehidupan sosial offline dan online. Oleh karena itu, fenomena ini

***Peran UKM Cafe dalam Membentuk Gaya Hidup Gen Z: Studi Tentang Kebiasaan Nongkrong dan Interaksi Sosial***

*Lailatun Nuroniyah, Elvi Cahya Camelia, Fikri Pirmansyah, Aullya Putri Ramadhani, Wirdah Miraran Erfaniyah, Fifa Elfrida Aisha*

---

menunjukkan bahwa café memiliki peran strategis dalam membentuk pola interaksi sosial dan gaya hidup Generasi Z di era modern.

**Persepsi Generasi Z terhadap Fungsi UKM Cafe sebagai Ruang Santai, Kerja, dan Sosial**

Generasi Z memandang UKM café sebagai ruang multifungsi yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat santai, tetapi juga sebagai lokasi produktif untuk belajar dan bekerja, sekaligus arena sosial untuk memperkuat jaringan pertemanan dan mengekspresikan identitas diri. Perubahan cara pandang ini menunjukkan adanya pergeseran fungsi café dari sekadar tempat konsumsi menjadi ruang sosial-ekonomi yang adaptif terhadap kebutuhan generasi muda.

Bagi Generasi Z, café memiliki makna simbolik sebagai representasi gaya hidup urban yang modern, fleksibel, dan terkoneksi secara digital. Keberadaan fasilitas seperti Wi-Fi, stop kontak, desain interior yang estetik, serta suasana yang nyaman menjadikan café sebagai tempat yang ideal untuk melakukan berbagai aktivitas produktif. Hal ini sejalan dengan karakter Gen Z yang cenderung digital-oriented, mobile, dan mengutamakan fleksibilitas dalam bekerja maupun belajar.

Selain itu, café sering dipersepsikan sebagai “kantor kedua” (second workspace), di mana batas antara ruang kerja dan ruang santai menjadi semakin kabur. Fenomena ini mencerminkan perubahan pola kerja dari yang bersifat formal dan kaku menuju pola kerja yang lebih fleksibel dan berbasis kenyamanan. Di café, individu dapat mengerjakan tugas akademik, pekerjaan freelance, hingga kegiatan kreatif lainnya tanpa tekanan formal seperti di kantor atau kampus. Kondisi ini membuat café menjadi ruang alternatif yang mendukung produktivitas sekaligus memberikan pengalaman yang lebih santai.

Di sisi lain, fungsi sosial café tetap menjadi aspek penting. Café berperan sebagai arena interaksi sosial yang memungkinkan Generasi Z membangun dan memperluas jaringan pertemanan. Interaksi yang terjadi di dalamnya cenderung bersifat informal, sehingga lebih mudah menciptakan kedekatan sosial, kolaborasi, serta pertukaran ide. Dalam konteks ini, café tidak hanya menjadi tempat berkumpul, tetapi juga menjadi ruang terbentuknya komunitas dan solidaritas sosial. café juga berfungsi sebagai media pencitraan diri (self-presentation). Generasi Z sering memanfaatkan suasana café yang estetik untuk mendukung aktivitas di media sosial, seperti mengunggah foto, video, atau konten lainnya. Pilihan café yang dikunjungi, jenis minuman yang dikonsumsi, hingga gaya berpakaian saat berada di café menjadi bagian dari simbol yang digunakan untuk membangun identitas sosial dan menunjukkan status tertentu di lingkungan pergaulan.

Dengan demikian, persepsi Generasi Z terhadap UKM café dapat dipahami melalui tiga dimensi utama. Pertama, sebagai ruang rekreasi yang memberikan kenyamanan dan relaksasi dari rutinitas sehari-hari. Kedua, sebagai ruang kerja yang kondusif dan fleksibel untuk mendukung aktivitas produktif. Ketiga, sebagai arena sosial yang memperkuat hubungan interpersonal, membangun jaringan, serta menjadi sarana ekspresi dan pencitraan diri. Ketiga dimensi ini saling berkaitan dan menunjukkan bahwa café memiliki peran yang semakin kompleks dalam kehidupan Generasi Z di era modern.

**Peran Estetika Cafe dalam Membentuk Gaya Hidup dan Meningkatkan Kepercayaan Diri Sosial Generasi Z**

**Alasan Pemilihan Tempat Nongkrong : Estetika vs Kenyamanan**

Fenomena mahasiswa yang memilih tempat nongkrong dengan mempertimbangkan aspek estetika dan suasana menunjukkan kecenderungan perilaku yang sejalan dengan teori hedonisme. Hedonisme, dalam pandangan klasik seperti yang dikemukakan oleh Aristippus dan Epicurus, menekankan bahwa manusia secara alamiah mengejar kenikmatan (pleasure)

dan menghindari penderitaan (pain). Dalam konteks ini, mahasiswa khususnya mahasiswi menyatakan bahwa mereka lebih memilih tempat dengan “vibes yang enak”, “estetik buat healing”, dan “bikin mood naik” dibandingkan sekadar kenyamanan fisik atau kedekatan lokasi. Aspek visual dan atmosfer yang menyenangkan diposisikan sebagai sumber kepuasan batin dan sosial, yang sesuai dengan prinsip dasar hedonism bahwa nilai kebahagiaan dan kesenangan adalah tujuan utama tindakan manusia.

Nilai estetika memiliki pengaruh signifikan dalam aktivitas sosial mahasiswa. Ketertarikan terhadap tempat yang sedang "hits" atau "ramai di TikTok" menandakan bahwa estetika bukan sekadar elemen tambahan, tetapi menjadi pusat pengalaman sosial. Tempat nongkrong menjadi ruang konsumsi estetika sekaligus media representasi gaya hidup dan identitas sosial di kalangan mahasiswa. Hal ini menandakan pergeseran motivasi dari sekadar kebutuhan fungsional menuju konsumsi simbolik dan estetis. Nongkrong tidak lagi sekadar aktivitas sosial biasa, melainkan juga menjadi media ekspresi diri yang terikat dengan visualisasi, baik sebagai cara untuk meningkatkan mood maupun sebagai sarana aktualisasi identitas digital.

Tempat estetik tidak hanya menjadi preferensi visual, tetapi juga berubah menjadi ruang strategis untuk produksi konten digital. Nongkrong di tempat yang “instagramable” atau “TikTokable” memberikan nilai tambah yang bersifat sosial maupun simbolik, di mana eksistensi seseorang di media sosial turut diperkuat oleh latar visual tempat ia berada. Hal ini sejalan dengan penelitian dalam jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi, yang menyatakan bahwa “tempat nongkrong kini telah menjadi bagian dari komunikasi identitas visual mahasiswa, khususnya di media sosial, sebagai representasi dari gaya hidup dan aktualisasi diri secara digital.”

Di dalamnya terkandung unsur budaya, yang berkaitan dengan situasi, peristiwa, dan tindakan komunikatif, yang mencerminkan nilai-nilai tertentu dan memiliki makna yang mendalam dalam proses interaksi sosial. Bahwa komunikasi bisa berbentuk verbal dan nonverbal, yang berlangsung dalam suatu hubungan sosial.

Preferensi mahasiswa terhadap tempat nongkrong yang estetik dapat dipahami melalui lensa hedonisme, di mana kesenangan tidak hanya bersifat fisik tetapi juga visual dan sosial. Tempat yang menyenangkan secara estetika menyediakan ruang bagi mahasiswa untuk mengekspresikan diri, membangun citra sosial, dan memperoleh pengakuan di ranah digital. Dengan demikian, pilihan tempat nongkrong mencerminkan integrasi antara pencarian kesenangan pribadi dan kebutuhan akan eksistensi sosial.

### **Nongkrong sebagai Bagian dari Gaya Hidup dan Citra Diri**

Kegiatan nongkrong di kalangan mahasiswa saat ini tidak lagi hanya dianggap sebagai waktu santai atau sekadar berkumpul bersama teman. Fenomena ini telah bergeser menjadi bagian dari konsumsi gaya hidup yang penuh makna simbolik, di mana tempat nongkrong yang dipilih menjadi cerminan identitas diri dan status sosial. Tempat yang estetik, nyaman, dan sedang tren bukan hanya dipilih untuk dinikmati secara langsung, tetapi juga untuk dipamerkan di ruang publik melalui media sosial. Pilihan ini mencerminkan gaya hidup hedonis modern, di mana kesenangan tidak hanya dinikmati secara pribadi, tetapi juga dibagikan sebagai bentuk eksistensi sosial. Kecenderungan mahasiswa untuk membagikan aktivitas nongkrong mereka di media sosial seperti foto dengan angle terbaik, pencahayaan menarik, dan suasana estetik menunjukkan bahwa nongkrong kini menjadi bagian dari "*performative lifestyle*" atau gaya hidup yang ditampilkan untuk dilihat orang lain.

Dalam era digital, aktivitas nongkrong mahasiswa tidak hanya terjadi secara fisik, tetapi juga merambah ke dunia digital melalui media sosial seperti saat responden mengaku rutin

**Peran UKM Cafe dalam Membentuk Gaya Hidup Gen Z: Studi Tentang Kebiasaan Nongkrong dan Interaksi Sosial**

Lailatun Nuroniyah, Elvi Cahya Camelia, Fikri Pirmansyah, Aullya Putri Ramadhani, Wirdah Miraran Erfaniyah, Fifa Elfrida Aisha

---

membagikan momen nongkrong mereka ke Instagram atau TikTok. Ini membuktikan bahwa media sosial telah menjadi panggung penting bagi mahasiswa untuk mengekspresikan diri dan membangun citra. Nongkrong bukan sekadar interaksi langsung, melainkan juga strategi untuk menunjukkan identitas visual yang telah dikurasi. Media sosial menjadi ruang utama di mana eksistensi dan identitas mahasiswa dibentuk. Ketika mereka mengunggah foto atau video nongkrong, itu menunjukkan bahwa aktivitas tersebut kini memiliki dimensi sosial dan digital sekaligus. Aktivitas nongkrong bukan hanya pertemuan tatap muka, melainkan juga bagian dari citra diri yang dipertontonkan untuk publik. Dengan kata lain, media sosial memperkuat bagaimana mahasiswa menjalankan gaya hidup yang bersifat performatif dan strategis.

Fenomena ini juga bisa dipahami sebagai bentuk narsistik kultural dalam arti yang positif. Narsisme di sini bukan berarti egois atau berlebihan dalam mencintai diri sendiri, tetapi lebih pada kebutuhan manusia untuk merasa ada, diakui, dan dihargai oleh lingkungannya. Ketika mahasiswa mengunggah aktivitas nongkrong mereka ke media sosial, mereka sebenarnya sedang mengekspresikan kebahagiaan dan eksistensi melalui exposure atau sorotan sosial.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Secara keseluruhan, UKM café berperan strategis dalam membentuk gaya hidup, pola interaksi sosial, dan konstruksi identitas Generasi Z melalui transformasinya sebagai ruang publik multifungsi yang tidak hanya bersifat konsumtif, tetapi juga produktif dan simbolik. Café menjadi wadah terbentuknya relasi sosial yang lebih egaliter sekaligus ruang alternatif untuk bekerja dan berekspresi secara fleksibel, sejalan dengan karakter generasi yang adaptif terhadap teknologi dan mobilitas tinggi. Di sisi lain, aspek estetika café memperkuat fungsinya sebagai medium konsumsi simbolik yang berkaitan dengan pencarian kesenangan, representasi diri, dan kebutuhan akan pengakuan sosial, terutama melalui integrasi dengan media digital. Dengan demikian, café tidak hanya memfasilitasi interaksi sosial secara langsung, tetapi juga berkontribusi dalam membangun citra diri dan eksistensi sosial Generasi Z dalam lanskap kehidupan modern yang semakin terhubung antara ruang fisik dan digital.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pelaku UKM café tidak hanya berfokus pada aspek estetika dan daya tarik visual, tetapi juga meningkatkan kualitas fasilitas yang mendukung produktivitas, seperti kenyamanan ruang, ketersediaan sarana kerja, serta suasana yang kondusif. Selain itu, pengelola café perlu memahami karakteristik Generasi Z yang digital-oriented dengan menghadirkan inovasi layanan yang relevan, sehingga mampu mengintegrasikan fungsi sosial, rekreatif, dan produktif secara seimbang. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan kajian dengan pendekatan yang lebih mendalam atau metode yang beragam guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif terkait peran café dalam dinamika sosial dan gaya hidup generasi muda.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ferdaus, F., Putra, P., & Windah, A. (2025). Peran kafe sebagai ruang sosial dan pembentuk gaya hidup Generasi Z di era digital. *Jurnal Sosiologi Kontemporer*, 13(1), 67–80.
- JurnalPost. (2025). Ngopi Sambil Produktif: Ketika Generasi Z Menjadikan Café Sebagai Kantor Kedua.
- Landau, Siti Nur Wahyuniaty. (2025). Coffee Culture in Generation Z Era. Universitas Sumatera Utara.

- Mariana. (2004). Pola Hubungan Sosial Pada Kebiasaan Ngopi Generasi Z di Kota Maros. Universitas Hasanuddin.
- Nirmala, N. W. P. S., Firsilia, T., Pratama, A., & Putra, P. (2025). Transformasi fungsi kafe sebagai ruang sosial dan pembentuk identitas Generasi Z di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 15(2), 101–115.
- Prasetyo. (2021). Transformasi ruang sosial digital dalam membentuk gaya hidup Generasi Z. *Jurnal Sosioteknologi*, 20(1), 110–125.
- Rifai, H., & Nasrullah, R. (2021). Budaya nongkrong dan representasi identitas mahasiswa di media sosial. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 87–100.
- Suwignyo. (2020). Gaya hidup dan komunikasi simbolik dalam budaya nongkrong di kalangan generasi muda. *Jurnal Komunikologi*, 17(1), 45–58.