

**GAYA HIDUP GENERASI MILLENNIAL PENGGEMAR
KOPI DI COFFEE SHOP PITSTOP KOPI SUCI MANYAR
KABUPATEN GRESIK**

(Ditinjau dari Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger)

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial
(S.Sos) dalam Bidang Sosiologi**



Oleh :

LINA MAULIDATUS S.

NIM. I03216013

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

JURUSAN ILMU SOSIAL

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

AGUSTUS 2021

PERNYATAAN PERTANGGUNG JAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirrahim...

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya.

Nama	Lina Maulidatus S
Nim	103216013
Program Studi	Sosiologi
Judul Skripsi	Gaya Hidup Generasi Millennial Penggemar Kopi Coffee Shop Pitstop Kopi Suci Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidikan manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun
2. Skripsi ini adalah hasil karya saya secara mandiri dan bukan plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila skripsi ini di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil dari plagiasi, saya bersedia menanggung konsekuensi hukum yang terjadi

Surabaya, 23 Juli 2021

Yang Menyatakan



Lina Maulidatus S

NIM : 103216013

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Lina Maulidatus S.

NIM : I03216013

Program Studi : Sosiologi

Yang berjudul **“Gaya Hidup Generasi Millennial Penggemar Kopi di Coffee Shop PitStop Kopi Suci Manyar Kabupaten Gresik (Ditinjau dari Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger)”**, saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diajukan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dalam bidang Sosiologi.

Surabaya, 23 Juli 2021

Dosen Pembimbing



Moh. Ilyas Rolis, S.Ag, M.Si

NIP :197704182011011007

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi yang ditulis oleh Lina Maulidatus Sa'diyah dengan judul **“Gaya Hidup Generasi Millenial Penggemar Kopi Di Coffee Shop Pitstop Kopi Suci Manyar Kabupaten Gresik (Ditinjau Dari Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger)”**, telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 6 Agustus 2021.

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I

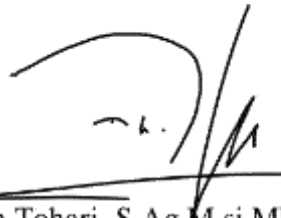


Ilyas Rolis, S.Ag, M.Si
NIP. 197704182011011007
Penguji III

Penguji II



Prof. Dr. Hj. Rr. Suhartini, M.Si
NIP. 195801131982032001
Penguji IV



Dr. Amin Tohari, S.Ag M.si.MPd.i
NIP. 197007082000031004



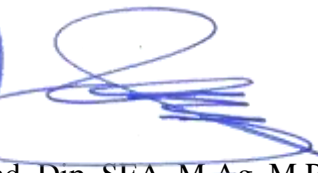
Husnul Muttaqin, S.Sos, S.Ag., M.Si
NIP. 197801202006041003

Surabaya, 30 Agustus 2021

Mengesahkan,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Prof. Akh. Muzaki, Grad. Dip. SEA, M.Ag, M.Phil, Ph.D.
NIP. 197402091998031002



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini,
saya:

Nama: Lina Maulidatus S
NIM: i03216013
Fakultas/Jurusan: Fisip / Sosiologi
E-mail address: linamaulidahss@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan
UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Gaya Hidup Generasi Millenial Penggemar Kopi di Coffeeshop Pitstop

Kopi Suci Manyar Gresik (Tinjauan dari Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger)

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini
Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan,
mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan
menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk
kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama
saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN
Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta
dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 18 Agustus 2021

Penulis

Lina Maulidatus S
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

Lina Maulidatus Sa'diyah, 2021, *Gaya Hidup Generasi Millennial Penggemar Kopi Di Coffee Shop Pitstop Kopi Suci Manyar Kabupaten Gresik (Ditinjau Dari Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger)*, Skripsi Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Konstruksi Sosial, Generasi Millennial.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) konstruksi gaya hidup dari generasi millennial dalam menggemari kopi di coffee shop pitstop kopi. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori konstruksi sosial Peter L. Berger. Berger telah mengemukakan bahwa pada dasarnya realitas itu terdapat dalam masyarakat yang dikonstruksi oleh masyarakat itu sendiri. Konstruksi sosial dalam penelitian ini sebagai alat untuk membaca tindakan generasi millennial penggemar kopi di *coffee shop* sebagai aktor dari realitas sosialnya. Bagaimana tindakan mereka yang terjadi secara berulang bisa sampai disebut sebagai sebuah gaya hidup. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Penggunaan metode ini berarti peneliti mengumpulkan data melalui wawancara dengan informan. Hasil dari wawancara tersebut lalu dideskripsikan dan dianalisa menggunakan teori yang telah dipilih.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup generasi millennial penggemar kopi di coffee shop tidak selalu untuk kegiatan bersantai saja, namun juga sebagai wadah untuk berdiskusi secara lebih leluasa. Selain itu anggapan bahwa penggemar kopi di *coffee shop* memiliki sifat hedonis tidak sepenuhnya benar. Gaya hidup generasi millennial mengalami pergeseran sehingga kegiatan ngopi di *coffee shop* bisa dianggap sebagai sebuah kebutuhan akan interaksi sosial. Dalam penelitian ini juga dideskripsikan saran bagi generasi muda agar bergaya sesuai dengan kemampuan diri dan harus pandai mengatur waktu antara yang prioritas dan bukan.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
PENGESAHAN TIM PENGUJI	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Konseptual.....	7
F. Sistematika Pembahasan	16
BAB II KAJIAN TEORETIK	18
A. Penelitian Terdahulu.....	18
B. Kajian Pustaka	22
1. Jenis-jenis gaya hidup	22
1. Karakteristik dan Identitas Moral Generasi Millenial	26
2. Perkembangan Coffee Shop dikalangan Generasi Millenial.....	28
C. Kerangka Teori yang digagas oleh Peter L Berger	32

BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Lokasi dan waktu penelitian.....	39
C. Pemilihan Subyek Penelitian.....	39
D. Tahap – Tahap Penelitian	39
E. Teknik Pengumpulan Data	41
F. Teknik Analisis Data	43
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	45
BAB IV KONSTRUKSI GAYA HIDUP GENERASI MILLENIAL PENGEMAR KOPI COFFEE SHOP PITSTOP DITINJAU DALAM PERSPEKTIF TEORI KONSTRUKSI SOSIAL	47
A. Gambaran Umum Penelitian	47
B. Respon Generasi Millenial terhadap Brand Pitstop Kopi.....	63
C. Aktivitas Generasi Millenial Penggemar Kopi di Pitstop Kopi.....	69
D. Konstruksi Gaya Hidup Generasi Millenial Penggemar Kopi Coffee Shop Pitstop Kopi tinjauan Perspektif Peter L Berger	82
BAB V PENUTUP	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN.....	91
Pedoman Wawancara	91
Dokumentasi.....	92
Jadwal Kegiatan Penelitian.....	94
BIODATA PENELITI	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Nama Informan	44
Tabel 2 Batas Wilayah Kecamatan Manyar.....	56
Tabel 3 Jumlah Penduduk Desa Suci	58
Tabel 4 Jumlah Penduduk dengann Angkatan Kerja.....	59
Tabel 5 Sarana Prasarana Ekonomi Masyarakat.....	59
Tabel 6 Daftar Nama Sekolah.....	61
Tabel 7 Daftar Ajaran Agama	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Jumlah Sensus Penduduk 2020.	12
Gambar 2 Tujuan Akses Internet Tiap Generasi.....	13
Gambar 3 Peta Lokasi Pistop Kopi Gold PPS	47
Gambar 4 Peta Wilayah Kecamatan Manyar.....	52
Gambar 5 Daftar Menu Pistop Kopi	65
Gambar 6 Kegiatan Pengunjung Pitstop Kopi	74
Gambar 7 Cabang Pertama Pitstop Kopi.....	78
Gambar 8 Cabang Kedua Pitstop Kopi	78
Gambar 9 Cabang Ketiga Pitstop Kopi	79
Gambar 10 Pitstop Kopi GOLD Cabang Ke Empat.....	80
Gambar 11 Cabang Kelima Pitstop Kopi	81
Gambar 12 Cabang Ke Enam Pitstop Kopi	82

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kultur dalam minum kopi sudah muncul dari barat menjadi sumber kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dalam lingkungan masyarakat terkhusus yakni kaum penggemar kopi, dengan ini maka terjadilah suatu peningkatan mengenai permintaan akan kopi. Disamping itu, memancing munculnya berbagai *brand* dan maraknya *coffee shop* di sekitar lingkungan masyarakat. Pengunjung dari *coffee shop* ini tidaklah sedikit, begitupun dengan penghasilan yang didapatkan oleh produsen. Namun, tidak semua pengunjung bias dikategorikan menjadi para penikmat kopi, melainkan hanya berkunjung guna mencari suasana atau bahkan untuk memperlihatkan status sosial. Tidak hanya itu, disejumlah tempat nongkrong kopi pun di design secara khusus sehingga suasana di *coffee shop* benar-benar membawa suasana yang *cozy* dan nyaman. Minum kopi sudah menjadi budaya atau kebiasaan baru bagi penggemar kopi dan berkembang tidak hanya sebagai pemuas kebutuhan akan tetapi muncul dari bagian trend dan gaya hidup.²

Nongkrong atau minum kopi sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat Indonesia termasuk generasi millennial. Guna mendukung adanya produktivitas saat melakukan pekerjaan maupun berkumpul

²Veronica Febriala, *Jurnal Gaya Hidup Minum Kopi konsumen di Coffee The Bean dan The Leaf*, Plasa Tunjungan Surabaya, 326.

bersama dengan teman. Hal tersebut telah terlihat dengan jelas dengan maraknya berbagai *coffee shop* yang telah hadir di kota-kota besar seperti di kota Gresik.

Gaya hidup merupakan gambaran dimana setiap orang mampu menentukan dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut di dalam masyarakat sekitar. Gaya hidup juga adalah suatu produk yang dihasilkan akibat adanya kemajuan dalam beragam bidang melalui daya cipta, rasa dan karsa manusia. Gaya hidup termasuk salah satu faktor untuk merefleksikan suatu minat dan nilai-nilai dari pada konsumen yang telah mengalami perubahan yang menjadikan pada akhirnya nilai tersebut dapat mempengaruhi perilakunya. Hal ini berpengaruh terhadap kebiasaan dari mengkonsumsi kopi. Menurut Sumarwan, gaya hidup merupakan konsep yang mana, konsep tersebut lebih baru dan terukur dibandingkan sikap. Gaya hidup pula digambarkan sebagai pola dimana orang hidup menggunakan waktu luang serta uangnya. Gaya hidup ini mencakup semua kepribadian pola interaksi antar seseorang atau dalam masyarakat dalam lingkungan sosial.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan zaman, kultur atau kebiasaan ngopi setiap harinya melahirkan perubahan menjadi gaya hidup. Gaya hidup telah mengalami perubahan dengan naiknya sebuah nilai atau *value* terhadap kopi di mata masyarakat. Kopi menjadi daya tarik yang digemari oleh masyarakat Indonesia. Tradisi ngopi tidak hanya sekedar

untuk melepas dahaga, namun juga untuk menemani disetiap aktivitas sehari-hari masyarakat.

Hal ini, membuat trend peminum kopi sudah menjadi gaya hidup baru bagi mayoritas generasi muda. Tradisi menyeruput kopi ini tidak hanya dilakukan saat pagi hari. Namun, masyarakat saat ini telah menjadikan kopi sebagai candu. Dalam arti lain, masyarakat tidak akan mampu terlepas dari nikmatnya kopi sehingga terus menerus meminum kopi dari pagi hingga malam setiap hari.

Gaya hidup tidak lagi terbatas pada soal perbincangan soal penampilan (citra), tetapi lebih pada aktivitas “nongkrong” ikut menjadi kegiatan yang dilakukan generasi millennial disuatu tempat untuk berkumpul dan melakukan kegiatan dalam mengisi waktu luang. Karena hal tersebut, kemudian nongkrong dan berbincang sudah menjadi kesatuan kebutuhan yang pasti.

Indonesia merupakan negara kaya akan beragam budaya dan memiliki penduduk yang berbagai macam baik dari aspek sosial, ekonomi, pendidikan, budaya dan lain sebagainya. Dalam aspek budaya, *coffee shop* sebagai bagian besar yang berfungsi untuk tempat pusat interaksi sosial (*meeting point*) yang menyediakan sarana untuk berkumpul, berbincang, menghibur anantara satu dengan yang lainnya, atau menghabiskan waktu luang baik individu atau kelompok anggota sosial. Aspek arsitektur, memunculkan desain yang inovatif diperkenalkan melalui platform *coffee shop* yang umumnya sudah menjadi salah satu daya tarik dengan

menentukan kesinambungan adalah dengan penerimaan sosial didalam masyarakat sekitar, karena masyarakat termasuk dalam sekumpulan individu yang selalu berubah secara dinamis.

Generasi millennial merupakan salah satu objek penelitian ini yang mana, generasi millennial atau yang disebut sebagai generasi Y yakni orang yang saat ini berusia dengan jenjang usia 20 sampai 40 tahun. Usia tersebut termasuk dalam kategori angkatan kerja yang produktif. Maka dari itu generasi millennial memiliki ciri khas dan pola perilaku yang tertentu dan ditunjukkan kepada orang lain untuk memperlihatkan identitas dirinya. Tingginya antusias dari generasi millennial terhadap *coffee shop* menyebabkan tumbuhnya beragam industry bisnis yang muncul dari suatu kreativitas seseorang mulai dari kebutuhan akan minuman dan makanan, *fashion*, alat transportasi sampai pada kebutuhan akan pemenuhan dari keinginan diri semata. Shopping atau berbelanja sudah terlihat dan berkembang sebagai cerminan gaya hidup pada kelas masyarakat ekonomi tertentu. Begitu pula dengan merajalelanya kafe atau kedai kopi sehingga menciptakan manusia-manusia yang kreatif dalam berfikir serta berkarya. Kreativitas tersebut oleh beberapa pihak dikolaborasikan dengan pengembangan bisnis dan usaha-usaha yang berkebaruan akibat dari kreativitas, ide itu tercetus melalui inspirasi dari pengamatan perilaku seseorang. Oleh karena itu, setiap *coffee shop* melakukan inovasi tersebut guna menambah nilai yang berbeda terhadap produk, jasa serta pelayanan yang diberikan kepada pihak konsumennya. Nilai tambah tersebut

membuat *coffee shop* berbeda dengan yang lain. Jadi, konsumen lebih selektif dalam memilih produk, jasa dan pelayanannya dari produk tersebut sehingga konsumen memiliki kebiasaan berbeda dalam mengkonsumsi kopi. Hal ini berdasarkan pada selera dan kegemaran.

Umumnya, coffeeshop menawarkan wadah yang baik bagi penggunaannya. Beberapa beragam konten dalam platform seperti design lokasi modern dengan *free wifi, live music*, serta pelayanan yang baik. Kemudian nongkrong atau hangout di *coffee shop* merupakan gaya hidup baru dan kebutuhan orang-orang masa kini tidak terkecuali generasi millennial.

Coffee shop Pitstop Kopi ini berdiri sejak tahun 2017. Pada tahun 2019 kedai kopi ini sudah memiliki 4 cabang dan di tahun 2020 sampai 2021 sudah melahirkan 2 cabang sehingga dalam tahun ini pitstop kopi sudah memiliki 6 cabang sekaligus. Konsep yang diusung dalam kedai kopi ini pun karena mempunyai barang bekas container yang di *recycle* menjadi sebuah wadah yang unik dan keren diperuntukkan bagi generasi millennial yang haus akan perhatian dari seseorang melalui swafoto atau berbagai foto dan video di media sosialnya pada zaman yang semakin canggih dan instagramable. Sehingga generasi millennial ini sangat tertarik dengan hal tersebut. Event-event yang ada di pitstop juga beragam variasi dari *workshop, live music, latte art coffee, meeting*, berkarya serta merangkul komunitas-komunitas serta disajikan dengan suasana outdoor yang sejuk nyaman dan khas. Brand Pitstop Kopi sendiri memiliki arti, yaitu arti

pitsop adalah sebagai wadah pemberhentian sejenak untuk menikmati kopi dan beristirahat sejenak untuk memulai aktivitas kembali. *Coffee shop* merupakan kedai kopi yang mampu menarik daya tarik pengunjung terutama generasi millennial.

Demikian terlihat bahwa *coffee shop* bukan hanya sebagai tempat berjual beli semata, namun juga memiliki beragam fungsi lain bagi masyarakat yang bersangkutan. Alasan-alasan tersebut menjadi daya tarik kedai kopi membuat cerita yang tidak pernah ada habisnya untuk diperbincangkan. Sehingga hal tersebut membuat penulis melakukan penelitian terkait dengan **“Gaya Hidup Generasi Millennial Penggemar Coffee Shop di Pitstop Kopi Suci Manyar Kabupaten Gresik”**.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana konstruksi gaya hidup generasi millennial penggemar kopi di *coffee shop* Pistop Kopi Suci Manyar Kabupaten Gresik?

C. Tujuan Penelitian

Untuk memahami konstruksi gaya hidup dari generasi millennial dalam menggemari kopi di *coffee shop* Pitstop Kopi.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Hasil daripada penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber pengetahuan yang bisa bermanfaat bagi mahasiswa dari prodi sosiologi, dosen dan mampu memberi dsampak positif pada kepribadian.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi peneliti, penelitian diharapkan dapat menjadi sarana yang bermanfaat dalam mengimplementasikan pengetahuan terkait gaya hidup generasi millennial penggemar kopi dan mengetahui alasan dari generasi millennial penggemar kopi di *coffee shop* Pitstop Kopi.
- b. Bagi pembaca dan penelitalain, diharapkan mampu memberikan informasi dalam bentuk tertulis sebagai referensi yang akurat dan dapat digunakan sebagai sumber rujukan untuk penelitian selanjutnya.
- c. Bagi kaum muda mampu memanfaatkan keberadaan *coffee shop* dengan sebaik mungkin serta dapat meningkatkan kreativitas untuk melihat peluang agar bisa berkarya melalui *coffee shop*.

E. Definisi Konseptual

Dalam definisi konseptual ini sangat diperlukan memiliki tujuan untuk dapat dengan mudah dan jelas dipahami bagi pembaca dalam penelitian ini. Perincian dari gambaran konseptual antara lain:

1. Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola tingkah laku sehari-hari dari golongan manusia dalam kehidupan masyarakat. Gaya hidup menggambarkan bagaimana orang dapat mengatur kehidupan pribadinya,

kehidupan bermasyarakat, perilaku di ruang publik, dan upaya membedakan status dari orang lain melalui lambang-lambang sosial.

Gaya hidup juga menjadi salah satu bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang memiliki karakteristik berubah bergantung pada perkembangan zaman dan keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya tersebut. Gaya hidup diartikan dengan luas menjadi model kehidupan digambarkan untuk menamatkan waktu, apa itu menurutnya penting di lingkungan dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka dan tentang dunia disekitar.³

Dalam perspektif pemasaran gaya hidup mengungkapkan bahwa orang menggolongkan diri mereka kedalam suatu kelompok dengan dasar hal-hal yang disukai, bagaimana mereka menghabiskan waktu luang dan bagaimana memilih untuk menghabiskan sebagian pendapatan. Gaya hidup juga dinilai relatif tergantung pada penilaian dari orang lain. Gaya hidup juga bersifat tidak permanen dan cepat berubah. Gaya hidup menjadi seni yang dibudayakan secara terus menerus oleh setiap orang. Gaya hidup berkaitan dengan adanya perkembangan teknologi dan zaman saat ini.

Jadi, dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menunjukkan perilaku seseorang bagaimana ia hidup, menggunakan dan memanfaatkan waktu serta uang yang dimiliki. Gaya hidup tidak selamanya bersifat negatif, orang dapat menjalankan perilaku gaya hidup yang sehat, terjangkau berdasarkan pada rasio dan logika. Warna baru dari

³David Chaney, *life style sebuah pengantar komperhensif* (Yogyakarta: Jalasutra, 1996) 40.

gaya hidup yang mana, terdapat dinamika dalam kehidupan dan variasi baru adalah salah satu bentuk perwujudan dari adanya kreativitas.

2. Generasi Millennial

Millennium atau millennial dalam istilah Cohort dimuat dalam buku demografi memiliki makna pengikut dan golongan. Millennial telah lahir pada tahun 1980-2000.⁴ Adapun beberapa bagian meliputi yaitu *Baby boomer* lahir tahun 1946-1964, Gen X lahir pada tahun 1930-1980, *millennium* lahir pada tahun 1980-1995, dan generasi Z lahir ada saat 1995 sampai dengan saat ini. Dalam literatur lain, menurut Absher dan Amidjaya bahwa generasi millennial yang lainnya berkisar antara 1982 sampai dengan 2002, selisih yang tidak terlalu signifikan.⁵ Ditahun 2021 generasi millennial adalah generasi dengan usia 19 sampai 39 tahun. Mereka masuk dalam kategori mahasiswa dan orang tua muda.

Generasi millennial dikenal sebagai generasi Y yang memiliki cara pandang sendiri terhadap dunia kerja. Terdapat perbedaan karakteristik yang signifikan anatara generasi X, Y dan Z adalah dengan adanya penguasaan informasi dan teknologi. Bagi generasi Z informasi dan teknologi sebagai bagian dari kehidupan, karena generasi ini lahir dimana akses terhadap internet sudah menjadi budaya global yang memiliki pengaruh terhadap nilai dan pandangan dari tujuan hidupnya. Selanjutnya, generasi millennial merupakan generasi yang paling banyak menempuh jalur pendidikan di

⁴Ali dan Lilik Purwandi. 2007, *Millennial Nusantara Pahami Karakternya, Rebut simpatinya* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), 3-4.

⁵ Ali dan Lilik Purwandi. 2007, *Millennial Nusantara Pahami Karakternya, Rebut simpatinya* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama), 3-4.

jenjang dunia perkuliahan dalam bidang pendidikan. Yang mana, generasi millennial menyukai sesuatu yang *out of the box*, suka tantangan dan penghargaan. Sifatnya cenderung kearah *convidence* yakni berani mengungkapkan suatu pendapat. Tidak hanya itu, generasi millennial juga mampu menciptakan lingkungan kuliah, lapangan pekerjaan, dan percakapan sehari-hari yang tidak monoton dan formal. Jadi generasi millennial lebih suka komunikasi dalam suasana yang santai bersahabat dengan diiringi nada bicara yang akrab.

D. Tascpott, dalam bukunya *grown up digital* membagi demografi penduduk menjadi beberapa kelompok, sebagai berikut: 1) Pre Baby Boom, lahir pada 1945 dan sebelumnya 2) The Baby Boom, yang lahir antara 1946-1964, 3) The Baby Bust, yang lahir antara 1965-1976 sebagai generasi X, 4) The Echo of the Baby Boom, lahir antara 1977-1997, sebagai Generasi Y, 5) Generation Next yang lahir anantara 1998 hingga 2009 sebagai generasi Z, 6) Generation Alpha yang lahir pada 2010 sebagai Generasi A. Generasi Y dikenal dengan sebutan *Generasi Millenial* atau *Millenia generation* yang lahir antara 1977-1998. Generasi ini di tahun 2008 berusia antara 21 hingga 29 tahun. Mereka sudah berinteraksi dengan teknologi sejak lahir. Millenial juga banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti *e-mail*, *SMS*, *facebook*, *twitter* dan lain-lain. Disamping itu, generasi ini juga sangat menyukai *game online*.

Generasi dalam era millennial ini seperti *google generation*, *net generation*, *edo boomers*, dan *dumbest generation*. Oleh karena itu, masyarakat generasi millennial bisa ditandai dengan kemunculan alat komunikasi, media, serta teknologi, informasi yang digunakan. Generasi millennial merupakan generasi yang inovator, karena mereka mencari, belajar, bekerja, serta berkarya untuk melakukan perubahan di dalam aspek kehidupannya.⁶

Dalam sensus penduduk Jawa Timur yang berlangsung pada bulan Februari hingga pada Maret dan diperpanjang Mei 2020 telah selesai dan hasilnya bahwa jumlah penduduk menjadi naik 0,97 persen, dan itupun telah didominasi oleh millennial dan generasi Z yaitu penduduk yang lahir pada tahun 1997 hingga 2012 atau saat ini berusia 8 sampai 23 tahun, sebesar 24,80 persen. Generasi millennial yang lahir dalam tahun 1981 sampai 1996 saat ini telah berusia 24 sampai 39 tahun diangka 24,32 persen. Data sensus penduduk 2020 ini dirilis oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur yakni Ibu Khofifah Indar Parawansa sebagai berikut:

⁶Endang Fatmawati, 2010. "*Pergeseran Paradigma Perpustakaan Generasi Millennial*". 2

Gambar 1 Jumlah Sensus Penduduk 2020



(Sumber: Data Sensus penduduk Jawa Timur pada 2020)

Dari definisi diatas, maka Pada tahun 2020 tahun dimulainya bonus demografi, generasi millennial berada pada rentang usia 20 tahun hingga 40 tahun. Usia tersebut adalah usia produktif yang akan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Dari sisi pola pikir, generasi ini dimunculkan saat terjadinya gejolak dalam bidang ekonomi, politik serta sosial. Selanjutnya, dalam era reformasi telah mengakibatkan dampak bagi kaum millennial. Generasi inipun lahir menjadi individu yang *open minded*, menjunjung tinggi kebebasan, kritis, dan sangat berani.

Generasi Y ini digambarkan oleh Bambang Suryadi⁷, sebagai :
“terbuka terhadap hal-hal baru dan selalu ingin tampil beda dari yang lain. Mereka benar-benar menggunakan kreativitasnya untuk menciptakan sesuatu yang baru. Generasi ini menyukai suasana kerja yang santai dan

⁷Bambang suryadi, 2015. *Generasi Y: Karakteristik, Masalah, dan Peran Konselor*. 6

mampu mengerjakan beberapa hal secara bersamaan (multi-tasking)”. Mereka termasuk peduli terhadap (style) dan cepat beradaptasi”.

Mereka termasuk peduli terhadap (style) dan cepat beradaptasi”.

Jadi, generasi millennial merupakan generasi yang sudah diamnjakan dengan segala kebutuhan yang lebih instant dan gaya hidup yang serba ada. Generasi millennial juga suka menyampaikan pendapat, suka dengan kebebasan, belajar, berkarya dan aktif.

Gambar 2 Tujuan Akses Internet Tiap Generasi

TUJUAN AKSES INTERNET	TOTAL	GENERASI				
		Gen Z	Younger Millennial	Older Millennial	Younger Gen X	Older Gen X
Total Responden	1489	543	360	249	190	147
Chatting/Messaging	91.6	93.6	92.5	89.6	91.1	86.4
Jaringan Sosial	79.2	81.1	81.1	78.2	81.1	61.9
Browsing	73.8	81.0	74.7	69.9	66.8	58.5
Video Streaming (Youtube,dll)	54.3	56.4	57.8	55.0	49.5	43.5
Mengunduh	51.9	58.9	56.1	46.2	45.3	34.0
Musik	37.2	43.3	41.9	32.1	28.9	27.9
Mencari Berita	37.5	35.4	39.7	37.8	36.3	40.8
Game Online	36.8	50.5	40.6	26.1	20.5	16.3
Email	30.8	33.0	32.2	30.1	25.8	26.5
E-Commerce	14.2	16.3	14.5	14.8	11.6	13.2
Lainnya	14.2	16.3	14.5	14.8	11.6	13.2
TOTAL	527.0	568.3	522.2	502.0	476.3	430.4

Generasi Millennial merupakan generasi yang akan jadi penyumbang terbesar dalam bonus demografi yang akan terjadi pada rentang tahun 2020-2030. Generasi millennial tidak dapat dipisahkan dari internet dan gadget karena mereka lahir dan tumbuh seiring dengan berkembangnya teknologi. Bahkan sudah menjadi kebutuhan pokok bagi

kaum millennial. Sesuai dengan riset dari Alvara Research Center pada tahun 2020, yang mana perbandingan perilaku antar generasi ini terjadi terutama didorong oleh teknologi internet. Internet dan dunia digital bagi sebagian orang telah menjadi bagian tidak terpisahkan dalam kehidupan kaum millennial. Millennial adalah generasi yang secara cepat mengenal teknologi. Salah satu karakter generasi millennial adalah *connected*. Hal tersebut tercermin dari mayoritas millennial di Indonesia. Yakni hasil survei mengatakan bahwa semua generasi telah menggunakan internet untuk *chatting*. Namun, dalam berjejaring sosial, gen Z dan Millennial lebih antusias dibanding generasi X.⁸

3. Penggemar Kopi

Penggemar kopi akan bersusah payah untuk memenuhi trend saat ini, penggemar juga akan meluangkan waktu berjam-jam untuk menonton live musik yang tersedia di kedai kopi. Dan membeli barang ataupun jasa yang disediakan oleh *coffee shop*. Para penggemar memiliki identitas keterlibatan intelektual dan emosional serta memberikan makna pada budaya. Dalam hal kegemaran, penggemar kopi memiliki minat yang besar terhadap kopi. Jadi jika berkumpul mereka tidak akan berhenti berbincang mengenai kopi saling bertukar informasi, berkarya dan berinovasi.

Sejarah kopi di Indonesia dimulai pada tahun 1696 ketika Belanda membawa kopi dari Malabar, India, ke Jawa. Membudidayakan kopi di kedawung, sebuah perkebunan yang terletak dekat Batavia. Namun, upaya

⁸ Hasanuddin Ali, 2020, "*Indonesia Gen z and Millennial Report : Alvara Research Center*", Jakarta Selatan: PT Alvara Strategi Indonesia 15-16.

ini gagal karena tanaman tersebut rusak oleh gempa bumi dan banjir. Sehingga dilakukan lah upaya kedua pada tahun 1699 dengan mendatangkan stek pohon kopi dari Malabar. Hasilnya sukses pada tahun 1706, kopi yang telah dihasilkan memiliki kualitas.

4. *Coffee shop*

Café memiliki arti yakni kopi. *Coffee shop* menjadi wadah yang menyediakan kopi dan minuman *nonalcohol* dengan suasana santai, nyaman, dilengkapi dengan musik, *free wifi*, serta menyediakan televisi, ruangan ber-ac untuk *meeting*.

Secara umum *coffee shop* memberikan wadah yang menyediakan dan menjual minuman olahan dari biji kopi untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Terbentuknya *coffee shop* untuk memfasilitasi kebutuhan produsen dan melangsungkan hidup dengan menjual minuman atau produk berupa kopi dan didukung oleh faktor lain seperti budaya masyarakat yang menyukai kopi dan menjadikannya pusat interaksi dengan masyarakatsekitar.

Coffee shop merupakan tempat yang menyediakan kopi beserta beragam jenis minuman, dan menu-menu sampingan lainnya. *Coffee shop* juga merupakan tempat berkumpulnya orang-orang yang sekedar bersantai atau melakukan aktivitas dengan ringan seperti diskusi bahkan perbincangan mengenai beberapa hal termasuk kopi, membaca platform yang ada di website yang telah disediakan dan menyelesaikan beberapa

tugas akademik atau nonakademik dan bersenang-senang dengan hiburan, dan promo-promo terhadap produk yang sudah ditawarkan.

Perkembangan *Coffee shop* Pitstop Kopi sendiri, sudah dimulai pada awal tahun 2017 sampai dengan 2021 dan selama 4 tahun terakhir ini pitstop sudah mendirikan 6 cabang *coffee shop*nya di berbagai kota termasuk Kota Gresik, Sidoarjo, dan Bali.

F. Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan

Dalam bab pendahuluan nantinya peneliti akan memberikan sebuah definisi paparan terkait latar belakang mengenai gaya hidup generasi millennial penggemar *coffee shop* Pitstopkopi. Dimana nantinya akan menetapkan sebuah fokus permasalahan berkaitan adanya latar belakang, tujuan, manfaat penelitian dan peneliti juga menjelaskan definisi konseptual dan juga sistematika pembahasan dari susunan penelitian ini.

Bab II Kajian Teoritik

Pada bab ini peneliti menggunakan data ilmiah yang mencakup penelitian terdahulu yang relevan dengan tema penelitian ini. Kajian pustaka membuat referensi ilmiah yang mana untuk menentukan objek kajian teorinya dibuat untuk menganalisis proses penelitian di lapangan.

Bab III Metode Penelitian

Pada bab ini, peneliti memaparkan mengenai metode penelitian dilakukan untuk menentukan subyek penelitian, narasumber dan lokasi, waktu penelitian.

Bab ini pula, menyajikan semua gambaran yang ada di dalam proses penelitian seperti pendekatan dan jenis penelitian dari susunan penelitian sesuai dengan topik pembahasan.

Bab IV Pembahasan dan Analisis Data Mengenai Gaya Hidup Generasi Millenial Penggemar Kopi Coffee Shop Pitshop Ditinjau Dengan Teori Peter L Berger.

Dalam tahap keempat dari bab ini, memberikan tafsiran mengenai data-data yang telah dikumpulkan dengan sajian secara sistematis. Wujud penyajian data berupa data tertulis, dilengkapi gambar, tabel dan bagan. Analisis data menggabungkan antara hasil penelitian lapangan dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi, dari kajian teoritik tersebut sehingga menghasilkan temuan dari permasalahan secara mendalam.

Bab V Penutup

Bab ini menjadi bagian akhir dari penelitian, memuat hasil daripada kesimpulan dan saran yang dikemukakan oleh peneliti. Kesimpulan dan saran merupakan suatu penegasan dalam penelitian ini.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Penelitian Terdahulu

Dalam penulisan penelitian ini, peneliti juga mencantumkan dari pada hasil dari penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian tersebut. Pencantuman penelitian terdahulu ini sebagai telaah pustaka yang bertujuan untuk mengetahui gambaran umum tema penelitian dan juga menunjukkan karakter serta ciri yang khas dengan membedakan dari penelitian sebelumnya. Kemudian, peneliti menyertakan beberapa penelitian terdahulu sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilakukan oleh Reza Dwiyan Nurazizi, tahun 2013 dengan menggunakan judul **Kedai Kopi Dan Gaya Hidup Konsumen (Analisis Simulacrum Jean P Baudrillard Tentang Gaya Hidup Ngopi Di Excelso)**. Menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif yang dipilih untuk tujuan tersebut. Karena dalam penelitian ini tidak berhenti dalam deskripsi dinamika pergeseran pola konsumsi yang terjadi di Excelso. Namun, dalam penelitian itu juga meneliti proses pembentukan penilaian konsumen Excelso gaya hidup kopi dan bagaimana Excelso mampu menciptakan pandangan imajiner konsumen. Teori yang digagas oleh Jean Baudrillard ini telah dipilih oleh peneliti mengenai nilai tanda dan simulacrum. Hal ini diharapkan dapat digunakan sebagai analisis yang mengkaji fenomena dari pergeseran pola konsumsi yang terjadi.

Hasil dari penelitiannya, menunjukkan fungsi toko kopi ini memenuhi kebutuhan biologis dari pecinta kopi (konsumen) tersebut. Namun di Excelso dapat digunakan sebagai sarana untuk menampilkan pemenuhan keinginan, status sosial, dan sebagainya. Pembentukan nilai konsumen dari gaya hidup Excelso kopi disediakan dalam bentuk nilai. Kemudian nilai dan citra kopi dalam produk didukung oleh kualitas rasa, design interior yang mewah dengan berbagai fasilitas dan system layanan excelso.⁹

Persamaan dalam penelitian ini terletak pada bersama-sama membahas mengenai *coffee shop*. Perbedaannya terletak pada objeknya. Penelitian terdahulu memilih objek kedai kopi yang berinterior mewah bagi konsumen Excelso sedangkan penelitian ini objeknya mengenai gaya hidup generasi millennial penggemar kopi serta alasan generasi millennial menggemari kopi. Penelitian ini diteliti dalam Desa Suci, Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Kiki Diah Perwita pada tahun 2012. Dengan mengungkap judul **“Analisis Customer Relantions Kedai Kopi Espresso Bar Di Yogyakarta Dalam Meningkatkan Dan Mempertahankan Konsumen”**. Metode penelitian yang dipilih adalah penelitian deskriptif komparatif.¹⁰ Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada Teknik pengumpulan data yang dilakukan

⁹Reza Dwiyan Nurazizi, “*Kedai Kopi dan Gaya Hidup Konsumen (Analisis Simulacrum Jean P Bauldrillard tentang Gaya Hidup Ngopi di Excelso)*” Skripsi-Universitas Brawijaya Malang, 2013)

¹⁰Kiki Diah Perwita, “Analisis Costomer Relantions Kedai kopi Espresso Bar di Yogyakarta dalam Meningkatkan dan Mempertahankan Konsumen”. (Skripsi-Universitas Pembangunan Nasional Veteran yogyakarta, 2012)

dengan menggunakan metode wawancara secara langsung dengan pihak Divisi Marcomm, General Manager *coffee shop* dan konsumen kedai kopi. Perbedaannya terletak pada metode penelitiannya, yang terdahulu memilih penelitian dengan menggunakan Uji validitas data. Sehingga peneliti menggunakan metode Kualitatif deskriptif.

3. Penelitian ini dilakukan oleh Shidqi Hirzianto 2017, berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Di Kafe Ruang Kopi Bogor”**. Metode penelitian yang telah dilakukan adalah analisis deskriptif.¹¹ Perbedaan dari penelitian sebelumnya yakni penelitian sebelumnya lebih membahas mengenai kualitas pelayanan dan tanggapan pelanggan mengenai citra atau merek. Penelitian ini, melakukan penelitian mengenai gaya hidup generasi millennial penggemar kopi dipitstop kopi. Perbedaannya, ada pada metode penelitian yakni metode penelitian kualitatif. Persamaannya terdapat pada tempat penelitiannya samasama di kafe.
4. Penelitian ini dilakukan oleh Rafika Mustaqimah Wardah, pada tahun 2019. Mengenai **“Tren Kafe Sebagai Penanda Identitas Kelas Sosial”**. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan jenis penelitian studi fenomenologi. Penelitian terdahulu ini, mendeskripsikan dengan menggambarkan pemaknaan kafe sebagai penanda identitas sosial.¹²

¹¹Shidqi hirzianto, “Pengaruh Kulaitas terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen di Kafe Ruang Kopi Bogor”. (Skripsi-Universitas Pertanian Bogor, 2017).

¹²Rafika Mustaqimah Wardah, “*Tren Kafe Sebagai Penanda Identitas Kelas Sosial*”. (Skripsi-Universitas Negeri Alaudin Makassar, 2019).

Hasil dari penelitian ini bahwa fenomena menjadikan kafe sebagai rumah kedua dilator belakang oleh suatu kebutuhan pencitraan diri terhadap suatu identitas kelas sosial. Pemaknaan tersebut timbul dari fenomena hangout yang terus menerus dilakukan sehingga dalam jangka panjang membentuk gaya hidup serba mewah di media sosial sebagai bentuk pencitraan diri dan kelas sosialnya yang tinggi.

Persamaan penelitian terdahulu diatas dengan penelitian ini sama-sama membahas mengenai *coffee shop* (cafe). Perbedaannya terletak pada permasalahannya, yaitu mengenai kafe sebagai tanda identitas sosial generasi milenial yang serba mewah. Sedangkan penelitian ini membahas gaya hidup generasi millennial penggemar kopi.

5. Penelitian ini dilakukan oleh Zara Alkharisma Gymnastiar, pada tahun 2018. Menggunakan judul **“Konsep Diri dan Gaya Hidup Pada Remaja yang Gemar Kongkow di Palembang”**. Penelitian ini menggunakan teknik sampling insidental. Konsep diri dan gaya hidupnya diukur menggunakan skala konsep diri yang mengacu pada ciri-ciri konsep diri positif.¹³ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana konsep diri dengan gaya hidup pada remaja yang gemar kongkow di Palembang. Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yakni sama melakukan penelitian mengenai gaya hidup yang dilakukan oleh remaja. Perbedaannya terletak pada metode penelitiannya. Dan fokus permasalahannya.

¹³Zara Alkharisma Gymnastiar, *“Konsep Diri dan Gaya Hidup Pada Remaja yang Gemar Kongkow di Palembang”*. (Universitas-Sriwijaya Indralaya, 2018).

B. Kajian Pustaka

1. Jenis-jenis gaya hidup

Dalam dunia modern gaya hidup membantu menggambarkan suatu sikap, nilai-nilai, dan menunjukkan kekayaan serta posisi sosial seseorang. Adapun macam-macam gaya hidup yang terangkum dalam Skripsi Dwi Kresdianto meliputi:

a. Gaya Hidup Mandiri.

Gaya hidup mandiri adalah kemampuan hidup tanpa bergantung kepada orang lain, untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Arti dari kemandirian adalah kesiapan dan kemampuan individu untuk berdiri sendiri dengan cara mengatasi masalah tanpa meminta bantuan orang lain, kemandirian ini juga ditandai dengan cara menentukan nasib sendiri, kreatif, inisiatif, mengatur tingkah laku dan bertanggungjawab. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggungjawab, serta memunculkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

b. Gaya Hidup Modern.

Gaya hidup modern adalah istilah yang sering kali digunakan untuk menggambarkan gaya hidup yang sarat dengan teknologi dan

kecanggihan. Teknologi sangat berperan untuk mengefisienkan segala sesuatu yang kita lakukan, baik di masa kini maupun masa depan, dengan satu tujuan yaitu mencapai efisiensi dan produktivitas maksimum, di zaman sekarang ini yang serba modern dan praktis, menuntut masyarakat untuk tidak ketinggalan dalam segala hal. Teknologi informasi berperan besar dalam kehidupan bersosial di masa kini.

c. Gaya Hidup yang Sehat.

Gaya hidup sehat adalah pilihan sederhana yang sangat tepat untuk dijalankan, hidup dengan pola makan, pikiran, kebiasaan dan lingkungan yang sehat. Sehat secara mendasar adalah segala hal yang kita kerjakan memberikan hasil yang baik dan positif bagi diri kita.

d. Gaya Hidup Hedonisme.

Gaya hidup hedonis ini ditandai dengan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu luang, lebih banyak dan senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian masyarakat. Kecendrungan gaya hidup hedonis berkaitan dengan generasi millennial. Maka, generasi muda yang memiliki kecenderungan tersebut akan berusaha sesuai dengan status sosial hedon dalam kehidupan sehari-hari dan segala sesuatunya akan menunjukkan tingkat sosial yang tinggi.

e. Gaya Hidup Bebas.

Gaya hidup bebas adalah cara hidup dengan mengikuti kehendak hati tanpa terikat oleh aturan yang ditetapkan dilingkungan masyarakat, gaya hidup bebas sangat baik bagi penganutnya.

f. Gaya Hidup Hemat.¹⁴

Sementara gaya hidup hemat ialah hidup sesuai dengan kemampuan namun dalam artian bukan hidup boros.

Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup sebagai berikut:

1. Faktor Kebudayaan

- a. Budaya merupakan faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Generasi millennial mendapat nilai, preferensi dan perilaku dari keluarga dan lembaga penting lainnya.
- b. Sub-budaya, masing-masing budaya terdiri dari sejumlah sub-budaya yang lebih mengidentifikasi dan bersosialisasi khusus bagi para anggotanya. Sub-budaya ini mencakup kebangsaan, agama, kelompok dan suku di wilayah geografis. Kebudayaan sendiri telah meliputi beberapa aspek yakni, pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, nilai hukum, dan adat istiadat serta kebiasaan yang dilakukan oleh individu sebagai anggota masyarakat.
- c. Kelas sosial, semua masyarakat memiliki stratifikasi sosial yang berbeda-beda. Kelas sosial merupakan kelompok yang bersifat

¹⁴Dwi Kresdianto, "Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif *Fashion* Pakaian pada Mahasiswa di Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang", *Skripsi*, 16.

homogen yang mampu bertahan lama dalam kehidupan bermasyarakat yang sudah tersusun dalam jenjang dan para anggotanya telah memiliki nilai, minat dari tingkah laku yang sama.

2. Faktor Sosial

a. Kelompok referensi (acuan)

Kelompok ini memiliki dampak secara langsung dan tidak langsung pada tindakan anggotanya. Golongan ini dikenal sebagai sebutan sebagai keanggotaan dan memiliki karakteristik menjadi kelompok primer yakni keluarga, sahabat, dan teman kerja maupun kelompok sekunder seperti keagamaan, serta serikat kerja. Kelompok referensi terdiri dari media informasi, pendidikan dan budaya. Kelompok primer tradisional sementara sekunder bersifat rasional dan lebih menekankan pada efisiensi kerja.

b. Keluarga

Keluarga memiliki pengaruh yang sangat penting karena sudah menjadi kelompok acuan primer.

3. Faktor pribadi

a. Usia dan proses siklus hidup setiap orang memiliki selera yang berbeda-beda bergantung pada barang dan jasa. Pola tersebut dibentuk atas siklus hidup keluarga, usia, serta jenis kelamin orang dalam rumah tangga tersebut suatu saat nanti.

b. Pekerjaan dan situasi ekonomi, pekerjaan seseorang akan mempengaruhi pola konsumsi barang dan jasa karena pilihan produk

tersebut dipengaruhi oleh keadaan ekonominya baik dari penghasilan yang didapatkan dan pengeluaran yang dibelanjakan.

Karakteristik dan Identitas Moral Generasi Millennial

Generasi millennial memiliki karakteristik yang khas. Karakter tersebut adalah *creative*, *confidennce*, dan *connected* atau disingkat menjadi 3C. Pertama, maksud dari kreatif adalah generasi yang terbiasa berfikir diluar kebiasaan (*out of the box*) dan kaya akan ide maupun gagasannya.

Dalam perkembangan zaman, ide tersebut dibuktikan secara cemerlang dengan tumbuhnya berbagai industri yang dimotori oleh kaum muda. Generasi millennial adalah inovator, karena mereka mencari, bekerja, dan belajar di dalam lingkungan inovasi dengan mengandalkan teknologi dan informasi untuk melakukan perubahan di dalam berbagai aspek kehidupannya.

Kedua, generasi ini sangat percaya diri dan berani mengungkapkan pendapat. Karakter percaya diri merupakan sikap yang positif yang perlu dibimbing kearah yang bermanfaat dan lebih produktif. Percaya diri akan timbul dan hadir apabila seseorang menumbuhkan konsep diri. Menumbuhkan konsep diri berasal dari peran yang dimainkan, identitas sosial yang dibangun, kesuksesan dan kegagalan, serta pandangan orang lain mengenai diri kita. Karena keberhasilan dan kesuksesan didorong melalui rasa percaya diri.

Ketiga, generasi tersebut adalah generasi yang pandai akan bersosialisasi terutama dengan komunitas yang berkelana dalam dunia cyber seperti (*facebook, twitter, path, instagram, youtube*). Dengan maksud lain mereka merupakan

generasi yang fasih dengan teknologi informasi yang ada. Sosial media dan internet menjadi kebutuhan dasar dalam kehidupan mereka saat ini.

IDENTITAS MORAL GENERASI MILLENNIAL

Kata identitas jika diartikan secara sederhana memiliki arti jati diri. Sedangkan moral adalah suatu ajaran tentang baik dan buruknya suatu sikap perbuatan dan kewajiban. Jadi, identitas moral merupakan suatu karakter atau watak baik dan buruk yang menggambarkan seseorang ataupun suatu kelompok. Identitas moral generasi millennial dalam hal finansial, diantaranya adalah identik dengan perilaku konsumsi atau daya beli yang tinggi. Sedangkan dalam hal penggunaan internet, setidaknya mereka memiliki beberapa karakter dan penyebab perilaku. Diantaranya yaitu kecanduan internet, akses internet dimana saja dan disetiap waktu yang tidak terlepas dari sosial media. Dalam kehidupan sosial dan budaya *Generasi Millennial*, memiliki perilaku yang unik yang melekat adalah pertama, masyarakat muda yang terbuka. Dengan arti lain, membuat ruang pribadi seseorang melebur dengan ruang publik contohnya remaja atau masyarakat muda lebih berani dalam mengunggah segala kegiatan pribadinya di akun media sosial yang disaksikan oleh pengguna media sosial, kedua, individualis. Ketiga, masyarakat yang multikultur sehingga muncul budaya baru. Dalam dunia keberagaman, Generasi millennial merupakan generasi yang cenderung individualis dan lebih menempatkan materi diatas segalanya.

2. Perkembangan Coffee Shop dikalangan Generasi Millennial

Coffee shop dibangun dengan motivasi yang berbeda-beda. Pemilik *coffee shop* membngunnya dengan motivasi bisnis, ada juga yang membngunnya karena hobi membuat kopi. Kedai kopi juga dijadikan tempat berkumpul masyarakat untuk hanya sekedar bersantai, melepaslelah, berdiskusi, mengadakan event, ataupun mengerjakan tugas-tugas akademis maupun non-akademik. Ada begitu banyak fungsi *coffee shop*, namun sebenarnya ada tiga fungsi yang mendasar dari sebuah kedai kopi diantaranya:

1. Sebagai tempat untuk saling membantu

Saling bantu disini tentu bermakna luas. *Coffee shop* adalah yang tak hanya memberikan kepuasan dari setiap teguk kopinya, tapi juga pengetahuan sebagai oleh-oleh dan bonus bagi siapa saja yang berkunjung. Saling bantu berarti penggemar kopi dibantu mengetahui beragam kegiatan yang ada. Sedangkan bagi pelaku bisnisnya, saling bantu berarti bertemu dengan beragam konsumen baru dan sekaligus menjadi sumber rejeki. *Coffee shop* yang baik bukanlah *coffee shop* yang menjaga jarak dengan pelanggan, tetapi mendampingi mereka dengan beragam keseruan, pengetahuan, pembelajaran, dan tentunya edukasi kopi yang mungkin tidak bisa didapat ditempat lain selain *coffee shop*.

2. Sebagai wadah untuk menjalin tali pertemanan

Sebenarnya *coffee shop* memiliki fungsi yang sangat mulia yaitu mempertemukan banyak orang yang kemudian berujung pada pertemanan. *Coffee shop* menjadi dunia kecil tempat dimana orang-orang asing bertemu dan menjalin obrolan-obrolan seru yang dipertemukan di tempat tersebut. Inilah asyiknya *coffee shop*, segala perbedaan dari ragam manusia bisa berbaur menjadi satu.

3. Sebagai rumah untuk menghibur diri

Satu hal yang tidak boleh dimiliki oleh *coffee shop* adalah kekakuan. *Coffee shop* memiliki salah satu fungsi yang sangat penting yaitu sebagai “rumah nan nyaman” tempat manusia di dalamnya bersenang-senang dan bersantai untuk melepas penat. Tak hanya pengunjung yang bersenang-senang dan para pekerja didalamnya juga harus bersenang-senang melakukan apa yang harus dilakukannya.

Seiring berjalannya waktu, saat ini *coffee shop* mengalami pertumbuhan yang sangat pesat di Indonesia, seperti di Kota Gresik. Berlatar belakang masyarakat yang heterogen dan dengan tingkat kesibukan yang tinggi, memaksa masyarakat untuk mengkonsumsi kopi agar tetap terjaga. Di Kota Gresik sendiri beberapa tahun kebelakang konsumsi kopi sempat menurun, namun kini *coffee shop* di Kota Gresik mulai menampakkan eksistensinya kembali, tanpa batasan dan siapapun dapat berbaur ditempat ini dari berbagai kalangan masyarakat termasuk generasi millennial. *Coffee shop* sudah

benar dalam menjalankan perannya sebagai ruang publik bagi masyarakat yang ingin berkumpul dan bercengkrama ataupun hanya sebagai tempat untuk melepas lelah selepas bekerja.

Pada awalnya minum kopi sudah menjadi kebiasaan oleh masyarakat. Jenis kopi sendiri memiliki banyak varian olahan dan beranekaragam pada zaman saat ini dikarenakan kedai kopi, dan coffee shop hamper selalu ada dan keberadaannya merajalela. Menikmati kopi tidak melihat dengan kisaran usia mulai dari orang yang sudah tua (paruh baya) muda mudi bahkan anak-anak.¹⁵Faktor ini merupakan salah satu faktor utama yang mendesak dalam peningkatan coffee shop banyak fungsi lainnya begitu pula dengan kebiasaan konsumen, yang mana setiap individu mengakhiri waktu luang di coffee shop dengan beragam cara tradisi yang dilakukan.¹⁶

Kemudian, *coffee shop* yang sekarang menjadi praktis karena memperjualbelikan makanan cepat saji seperti makanan berat, tapi juga memberikan pelayanan terhadap tamu yang memesan menu yang tersedia.¹⁷ Seiring dengan perkembangan zaman dimana coffee shop ini telah menjadi ikon bagi masyarakat terutama di Desa Suci karena pitstop kopi tidak memandang seseorang dari segi usia, jenis kelamin dan kelas sosialnya. *Coffee shop* terus bertransformasi menyesuaikan kebutuhan penggemar kopi dengan munculnya kebiasaan baru yang

¹⁵Ahmad Syaifullah, “Perubahan Makna Nongkrong, (Studi Kasus Interaksi Sosial Mahasiswa di Kafe Blandongan)” (Skripsi-Universitas Islam Negeri SunanKalijaga, 2016)

¹⁶ E, Panggabean, *Buku Pintar kopi*,(Jakarta:PT Gramedia Pustaka Utama, 2010), 56.

¹⁷ Elly Herlyana, *Jurnal Fenomena Coffe Shop Sebagai Gejala GayaHidupBaru Kaum Muda*, *Thaqqafiyat* Vol.13, No.1, Juni 2012, 190.

dapat berpengaruh terhadap pola hidup di masyarakat sekitar. Daftar pengunjung coffee shop pitstop kopi tiga bulan terakhir diantaranya:

1. Pitstop Gold KIG

Bulan Juli : 3.520

Bulan Juni : 4.817

Bulan Mei : 7.966

2. Pitstop Gold PPS

Bulan Juli : 4.389

Bulan Juni : 5.157

Bulan Mei : 5.961

3. Pitstop Porong

Bulan Juli : 1.753

Bulan Juni : 2.703

Bulan Mei : 2.871

4. Pitstop Bunder

Bulan Juli : 1.664

Bulan Juni : 1.179

Bulan Mei : 1.275

5. Pitstop Pangsud

Bulan Juli : 2.013

Bulan Juni : 3.813

Bulan Mei : 3.953

UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

C. Kerangka Teori yang digagas oleh Peter L Berger

Pengaplikasikan nilai-nilai dalam kehidupan (dunia) sosial bukanlah sesuatu mudah, akan membutuhkan beberapa proses yang dilalui supaya tercapai tujuannya. Dengan setiap prosesnya maka peneliti menggunakan teori yang digagas oleh Peter. Dimana peneliti akan memaparkan proses (tahapan) mengkonstruksi masyarakat. Penelitian ini membahas terkait dengan judul yakni, Gaya Hidup Generasi Millennial Penggemar Kopi Pitstop Kopi dengan tinjauan dari suatu Teori Konstruksi Sosial Peter L Berger dalam Desa Suci Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik. Peneliti menggunakan teori tersebut yakni konstruksi sosial.

Teori konstruksi sosial Peter L Berger adalah seorang sosiolog yang berasal dari New School for Social Research, New York, sedangkan Thomas Lucman adalah sosiolog dari University of Frankfurt. Sejatinya dalam teori ini, dirumuskan kedua akademisi sebagai suatu kajian teoritis serta sistematis mengenai sosiologi pengetahuan.

Teori Konstruksi sosial tersebut berakar dari paradigma konstruksi yang melihat adanya realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang telah diciptakan oleh individu. Individu tersebut adalah manusia yang bebas dan menjadi penentu dalam dunia sosial yang nantinya dikonstruksi berdasarkan kehendaknya. Dalam proses sosialnya, manusia termasuk individu yang mana memiliki kebebasan untuk bertindak dan individu merupakan pencipta dari realitas sosial yang bebas di dalam dunia sosialnya.

Istilah dari konstruksi sosial atas realitas digambarkan sebagai suatu proses sosial melalui Tindakan dan interaksi antar individu secara terus menerus menciptakan suatu realitas yang dialami bersama secara subyektif. Asal usul konstruksi ini dimulai dari filsafat konstruktivisme dengan gagasan konstruksi kognitif. Konstruktivisme dimulai dari Giambatista Vico, seorang epistemologi dari Italia.

Selanjutnya, terdapat tiga jenis konstruktivisme yaitu konstruktivisme radikal, realisme hipotesis, dan konstruktivisme biasa. Diantaranya:

- a. Konstruktivisme radikal, fokus pada individu yang mengkonstruksi pengetahuan berdasarkan pengalaman individu tersebut. Pengetahuan merupakan konstruksi dari individu yang mengetahui dan tidak dapat ditransfer kepada individu lain karena konstruksi harus dilakukan sendiri terhadap pengetahuannya. Namun lingkungan adalah wadah terjadinya suatu konstruksi. Kelompok konstruktivisme radikal mengesampingkan hubungan antara pengetahuan dan kenyataan sebagai suatu kebenaran.
- b. Realisme hipotesis, pengetahuan sebagai hipotesis dari struktur kenyataan dan berkembang mendekati realitas menuju pengetahuan yang sejati.
- c. Konstruktivisme biasa, pengetahuan sebagai suatu definisi yang dibentuk dari realitas objektif dalam dirinya sendiri.

Dari ketiga jenis konstruktivisme tersebut, terdapat suatu kesamaan yang mana dapat dilihat dari sebuah kerja kognitif individu untuk menjelaskan dunia realitas yang ada karena terjadinya relasi sosial antara individu dengan lingkungan sekitar. Individu tersebut membangun sendiri pengetahuan atas

realitas yang berdasar pada struktur pengetahuan yang sudah ada sebelumnya. Kemudian hal tersebut disebut oleh Peter sebagai konstruksi sosial.

Adapun beberapa asumsi dasar dari teori ini adalah realitas merupakan hasil ciptaan manusia yang kreatif melalui kekuatan konstruksi sosial terhadap dunia sosial di sekitarnya. Hubungan antara pemikiran manusia dalam konteks sosial itu sehubungan dengan pemikiran, kemudian muncul berkembang dan dilembagakan. Sehingga, kehidupan masyarakat tersebut dikonstruksi secara terus menerus membedakan antara realitas dengan pengetahuan. Realitas diartikan sebagai kualitas yang ada pada kenyataan dan diakui memiliki keberadaan yang tidak bergantung pada kehendak kita sendiri. Pengetahuan digambarkan sebagai suatu kepastian bahwa realitas itu ada, nyata dan memiliki karakteristik spesifik.

Peter berger mengemukakan bahwa lembaga masyarakat itu tercipta dan dapat diubah melalui sikap atau tindakan interaksi manusia. Sementara, pada realitasnya semua itu dibentuk dalam definisi yang subyektif melalui tahap interaksisosial. Objektivasi baru bisa terjadi akibat dari penegasan secaraberulang-ulang yang diberikan kepada orang lain yang memiliki definisi subyektif yang sama. Manusia mampu menciptakan dunia dalam konteks makna simbolis yang universal, bahwa pandangan hidup itu menyeluruh dan menjadi legitimasi yang dapat mengatur bentuk-bentuk sosial serta memberikan makna pada berbagai aspek kehidupan.

Konsep terkait konstruksi ini pertama kali dirilis dan dikenalkan oleh Peter L Berger. Dalam proses konstruksinya, apabila dilihat dari pandangan

teori berger melalui interaksi sosial dalam proses dialetika. Proses tersebut telah melalui tiga momen yakni eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi.

1. Proses Sosial Tahap Eksternalisasi

Proses ini dimaknai sebagai suatu proses menyesuaikan diri dengan beradaptasi di dunia kultural menjadi produk manusia dimulai dari interaksi sosial dalam tahap pertama menjadi dasar penting di dalam aspek pola interaksi antar individu dengan produk sosial dalam masyarakat. Dengan maksud, apabila proses sosial itu menjadi bagian penting dari masyarakat dan sangat dibutuhkan oleh individu, maka proses dari produk sosial itu mampu melihat keadaan dunia luar. Eksternalisasi yakni proses pengeluaran gagasan dari dunia ide ke dunia nyata. Dimana seseorang melakukan adaptasi diri terhadap lingkungan sosialnya. Dunia sosial itu hasil dari aktivitas manusia namun menghadapkannya sebagai suatu yang bersifat eksternal bagi manusia. Realitas sosial menjadi pengalaman hidup yang dijadikan dasar untuk membentuk pengetahuan dan mengkonstruksi sesuatu.

2. Proses Sosial Objektivasi

Dalam tahap ini, interaksi sosial terjadi pada dunia intersubjektif yang telah dilembagakan atau mengalami proses dilihat kembali pada kenyataan di lingkungan secara obyektif. Proses objektivasi merupakan tahap interaksi antara dua realitas yang terpisahkan satu sama lain. Dimana manusia berada di satu sisi dan realitas sosiokultural disisi lain.

Dalam proses ini konstruksi sosial dilihat sebagai interaksi sosial melalui pelembagaan dan legitimasi. Dalam pelembagaan itu agen memiliki

tugas menarik dunia subyektifitas menjadi dunia yang objektif melalui interaksi sosial yang telah dibangun bersama.

3. Proses Momen Internalisasi

Tahap ini individu-individu menjadi realitas subyektif dengan menggambarkan suatu realitas obyektif. Dengan maksud lain, individu mengidentifikasi dirinya dengan organisasi sosial sehingga individu menjadi anggotanya. Pada proses ini terbentuk identitas, yang mana adalah unsur kunci dari realitas subyektif yang memiliki hubungan secara dialektis dengan masyarakat.¹⁸ Hal tersebut diwujudkan dengan proses sosial sehingga wujudnya mereka terpelihara, dimodifikasi dan dibentuk ulang dalam lingkungan sosial. Perwujudan tersebut, mempengaruhi bentuk identitas dari individu.

Dengan begitu, dalam setiap tahap proses itu dilakukan dan saling berkaitan dengan yang lainnya dan proses itu akan kembali pada ketahap internalisasi dan seterusnya. sehingga individu itu mewujudkan makna serta tindakan yang ada pada nilai-nilai yang ada.

Jadi, dengan paparan di atas dapat disimpulkan dimana individu menjadi hasil dari wujud lembaga sosial melalui kegiatan dan manusia mengkonstruksikan masyarakat. Sehingga, individu menginternalisasikan realitas menjadi bagian atas pemahamannya bahwa diluar terdapat dunia sosial obyektif yang membentuk individu menjadi produk masyarakat. Realitas obyektif ini pun, diinternalisasikan melalui proses dari individu

¹⁸ Peter L. Berger & Thomas Luckmann. *Tafsir Sosial atas Kenyataan* (Jakarta: LP3ES, 1190), 248.

yang bersosialisasi pada usia dini dan menjadi dewasa maka tetap akan menginternalisasi suatu keadaan yang baru yang telah ditemui di dalam lingkungan sosialnya.

Peneliti telah menggunakan teori konstruksi sosial atas realitas dari Peter L. Berger dan Thomas Luckman karena konsepnya relevan dengan kenyataan yang diteliti oleh penulis. Peneliti mengkaji secara mendalam terkait dengan gaya hidup generasi millennial penggemar kopi Pitstop Coffee Shop. Berger telah mengemukakan bahwa pada dasarnya realitas itu terdapat dalam masyarakat yang dikonstruksi oleh masyarakat sendiri.

Konstruksi sosial lebih memfokuskan diri pada tindakan manusia sebagai aktor dari realitas sosialnya. Teori konstruksi sosial memberikan pemahaman dimana dalam kehidupan masyarakat mengalami konstruksi sosial secara terus menerus. Kenyataan sosial dapat ditemukan melalui pengalaman interaksi subyektif yang mana melalui pengalaman tersebut masyarakat terbentuk secara terus menerus dan berulang dalam situasi yang tidak terbatas.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Ditinjau dari jenis data dalam pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitian secara holistic, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan Bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah.¹⁹

Adapun pendekatan jenis penelitian ini yakni deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang data sekarang berdasarkan data-data.

Penelitian kualitatif juga merupakan suatu penelitian yang memaparkan hasil dari penelitian secara obyektif terhadap situasi dan karakteristik pelaku yang ditemui di lapangan untuk menganalisa mengenai peristiwa, aktivitas, sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran, orang secara individual ataupun kelompok. Metode penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menafsirkan secara rinci dan mendalam mengenai gaya hidup yang telah dilakukan oleh kaum generasi millennial dalam menggemari kopi coffee shop pitstop kopi.

Jadi, dengan paparan diatas penelitian kualitatif diartikan sebagai suatu penelitian yang tidak melakukan perhitungan-perhitungan dalam melakukan justifikasi epistemologis. Data itu memungkinkan berupa naskah seperti dalam

¹⁹Lexy Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja RosdaKarya, 2000), 6.

bentuk hasil rekaman, wawancara, catatan lapangan, video, foto dan dokumen resmi lainnya.

Alasan peneliti menggunakan metode tersebut, karena datanya diperoleh dalam data kualitatif yakni hanya menggambarkan situasi dilapangan dari beberapa narasumber disertai dengan data melalui wawancara sebagai referensi kepustakaan sesuai dengan pembahasan persoalan.

B. Lokasi dan waktu penelitian

Peneliti menggunakan lokasi penelitian di Desa Suci Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik. Waktu penelitian ini dapat diselesaikan dengan membutuhkan waktu sekitar kurang lebih 6 bulan dan berakhir pada bulan Juni. Peneliti mengambil lokasi penelitian di desa tersebut karena lokasi keberadaan coffee shop Pitstop Kopi ini hampir tidak pernah sepi pengunjung dan kebanyakan pengunjungnya merupakan generasi millennial penggemar kopi.

C. Pemilihan Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini dilakukan mencari data atau informasi secara mendalam karena menjadi salah satu sebab yang terpenting. Subyek diambil dalam penelitian ini yakni generasi millennial sebagai pengunjung coffee shop dirasa sangat penting dalam memberikan kelengkapan dokumen secara valid, aktual dalam penelitian ini.

D. Tahap – Tahap Penelitian

Berdasarkan kajian kepustakaan yang ada terdapat suatu tahap-tahapan penelitian kualitatif terdiri dari:

1. Tahap Persiapan

a. Tahap Pra-lapangan (Persiapan)

Penulis membuat persiapan atau hal-hal yang diperlukan seorang peneliti sebelum terjun ke lapangan seperti membuat susunan rancangan laporan penelitian dengan meminta perizinan ke balai desa yang diteliti serta meminta izin dari pihak kampus agar penelitian ini berjalan dengan lancar tanpa adanya hambatan.

b. Tujuan Pustaka (*Critical Review*)

Penelitian membaca beragam buku-buku sebagai referensi untuk mendapatkan data yang terkait dengan pembahasan.

c. Merumuskan Masalah Penelitian Dan Fokus Terhadap Pembahasan

Peneliti telah berfokus pada persoalan di dalam penyusunan penelitian agar tidak terjadi suatu persamaan nantinya.

d. Mengurus Surat Perizinan (Apabila Dibutuhkan)

Penulis memperoleh surat perizinan dari lokasi yang ingin diteliti dari pihak yang berhubungan serta meminta surat izin dari pihak-pihak kampus.

2. Tahap Lapangan (Pelaksanaan)

Peneliti memperoleh hasil dari narasumber (subyek) yang didapatkan dilokasi penelitian. Peneliti juga mengolah data tersebut yang telah didapatkan dari lapangan sehingga peneliti memberikan analisis data tersebut menjadi persoalan di dalam *coffee shop*.

3. Tahap Penyelesaian Penelitian

Dalam proses ini, peneliti membuat susunan yang laporan diperoleh dari adanya sumber data dan mengolahnya sebagai data penelitian. Selanjutnya, membuat presentasi dengan mempresentasikan (menjelaskan) hasil penelitian yang sudah tersusun tersebut pada ujian skripsi dan memaparkan saran atas kekurangan dan kelebihan dalam laporan penelitian.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dalam data primer dan sekunder. Dalam data primer tersebut memperoleh data yang diperoleh secara langsung dari lapangan. Sedangkan data sekunder adalah data yang didapatkan peneliti secara tidak langsung melalui data dari hasil dokumentasi maupun lainnya. Berikut merupakan data primer berupa nama-nama informan yang diperoleh di lapangan. Peneliti nantinya membuat laporan tentang hasil penelitian dengan data penelitian dilapangan, sebagai berikut:

Tabel 1 Daftar Nama Informan

No.	Nama Informan	Status
1	Muslich Mahar Ramadhan	Supervisor Pitstop
2	Erfa	Pengunjung Pitstop
3	Devi	Penggemar Pitstop
4	Gilang	Remaja Millenial Penggemar Pitstop
5	Ayu	Remaja Millenial Penggemar Pitstop
6	Sinta	Pengunjung Pitstop
7	Azza	Pengunjung Pitstop
8	Uus	Remaja Desa Pongangan
9	Amar	Pengunjung Pitstop

1. Observasi

Penelitian langsung turun lapangan dengan mengunjungi coffee shop di desa susci dan mengamati secara langsung saat para generasi millennial di *coffee shop*. Dengan begitu, peneliti melakukan teknik observasi secara real dengan menggunakan pancaindra penglihatan dan pendengaran. Sehingga hal tersebut kemudian digunakan untuk hasil data penelitian lapangan.

Metode observasi ini dilakukan dengan dua cara yakni *offline* dan *online*. Hal ini disesuaikan dengan situasi atau kondisi lingkungan yang sedang mengalami pandemic covid-19. Kegiatan ini dapat dilakukan saat perkenalan, atau bahkan saat wawancara mendalam dengan informan dengan begitu peneliti dapat mengamati perilaku, tampilan, dan gaya hidup dari informan.

2. Wawancara

Suatu tahapan untuk mendapatkan keterangan menggunakan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara peneliti dengan responden atau narasumber (objek penelitian). Dengan maksud, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pernyataan tersebut. Selanjutnya, Teknik wawancara merupakan alat dalam berkomunikasi subyek penelitian dengan cara mengunjungi *coffee shop* untuk mendapat sebuah informasi denganm secara lisan pembentukan responden, dan

berkomunikasi tatpmuka dan kegiatan tersebut dipandu dan direkam pembicaraannya.

3. Dokumentasi

Sugiyono mengatakan bahwa, dokumentasi merupakan pengambilan suatu gambar pada saat melakukan penelitian. Namun, tidak hanya berupa dalam wujud tulisan dan karya-karya seseorang.²⁰ Dokumentasi dapat diistilahkan dalam pengumpulan karya, buku, melalui sumber teraktual dan mampu memahami mengenai informan. Demikian, apabila melakukan penelitian, alat yang dibutuhkan peneliti untuk mendokumentasikan hasil yang diperoleh dilapangan yang berupa catatan, alat perekaman, dan dokumentasi berupa foto dan video melalui gadget.

Dari uraian tersebut disimpulkan bahwa metode dokumentasi digunakan dalam suatu penelitian ini menghimpun dokumen-dokumen tertulis, gambar ataupun elektronik. Dokumentasi dilakukan dengan hasil pemotretan pada saat melakukan proses wawancara dengan orang yang memberikan informasi dalam penelitian pada saat observasi langsung di lokasi penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses dengan mengatur secara menyeluruh transkrip wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan yang telah dihimpun oleh peneeliti. Proses urutan data ini dilakukan dengan menelaah data, menata dan menmbagi menjadi satuan yang dapat dikelola dan mengorganisasikannya

²⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010) 240.

kedalam satu pola dari uraikan data yang dirumuskan dalam bentuk kesimpulan.²¹

Dalam data yang telah dianalisis ini oleh peneliti terkait dengan Gaya hidup generasi millennial penggemar kopi *coffee shop* pitstop kopi di Desa suci Kecamatan manyar Kabupaten Gresik. Teknik ini digunakan dalam penelitian dengan menggunakan Langkah-langkah seperti yang digagas oleh Burhan Bugin, yakni:

1. Reduksi Data

Tahap ini, mereduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari tema dan polanya, serta membuang yang tidak dibutuhkan. Teknik ini dilakukan peneliti secara terus menerus melalui pengamatan, wawancara mendalam, dan dokumentasi sehingga hasilnya menjadi banyak dan lengkap.

2. Penyajian Data

Setelah tahap pertama, selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian ini dapat berupa uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Data yang dihasilkan berupa teks naratif.

3. Verifikasi

Dalam proses akhir, telah melakukan hasil daripada kesimpulan data didapatkan dari rumusan masalah serta data yang diperoleh semuanya akan ditarik dalam kesimpulan.

²¹ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 91.

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Demi kepentingan keabsahan data dengan hasil temuan tersebut adalah kondisi dimana sebenarnya dan disetujui oleh subyek penelitian, maka diperlukan Teknik pemeriksaan.

Adapun uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif ini meliputi uji *creadibility* (validitas internal), *transferability* (validitas secara eksternal), *dependability* (realibitas) dan *comfirmability* (obyektivitas).

a. Kredibilitas

Dimana data ini berupaya dalam menjamin keaslian data dengan mengkonfirmasi antara data yang dihasilkan dengan obyek penelitian karena tujuannya untuk membuktikan apa yang sudah diamati peneliti itu sesuai dengan apa tidaknya yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Untuk menjamin keaslian data, ada beberapa Teknik pencapaiannya seperti, perpenjangan keikutsertaan dalam penelitian, ketekunan pengamatan, melakukan triangulasi dengan sumber dari teori dan metode.

b. Pengujian Dependabilitas

Dependabilitas disebut dengan reliabilitas. *Dependability* dalam penelitian kualitatif ini dilakukan dengan cara audit terhadap keseleruhan aktifitas peneliti dalam proses penelitian. Dengan maksud lain, bahwa bagaimana peneliti ini memulai dengan menentukan fokus masalah, memasuki lapangan, menentukan sumber data dan analisis data dengan melakukan uji keabsahan data sampai pada kesimpulan.

c. Pengujian Konfirmabilitas

Pengujian dalam penelitian ini disebut dengan uji objektivasi penelitian. Peneliti dapat dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati bersama. Menguji konfirmabilitas adalah menguji hasil penelitian berkaitan pada proses yang dilakukan terutama berkaitan dengan deskripsi dan diskusidari hasil temuan dari penelitian.

d. Pengujian Transferabilitas

Merupakan validitas eksternal dalam penelitian. Validitas eksternal ini menunjukkan hasil penelitian kedalam populasi dimana sampel tersebut diambil. Nilai transfer ini berkenaan dengan pernyataan sehingga hasil penelitian ini diterapkan dalam situasi lain. Dengan begitu, agar orang lain dapat memahami hasilnya dari penelitian kualitatif ada kemungkiann untuk menerapkan hasil tersebut maka peneliti, ketika membuat laporan harus memberikan uraian secara terperinci, jelas sistematis dan dapat dipercaya.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

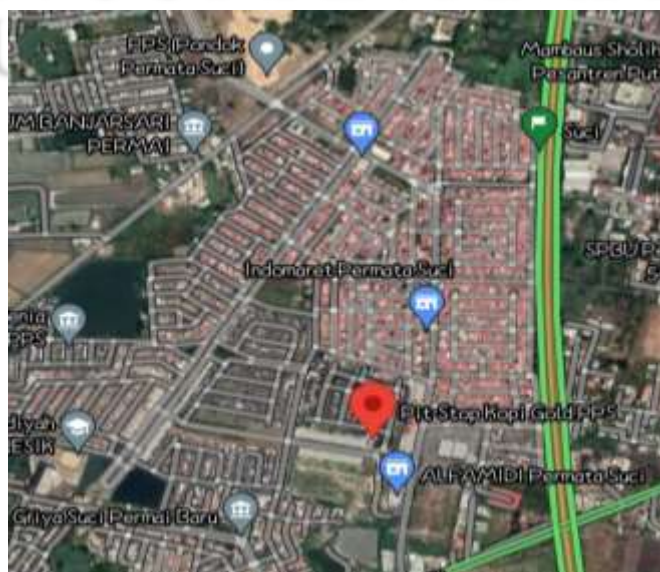
BAB IV
KONSTRUKSI GAYA HIDUP GENERASI MILLENNIAL PENGGEMAR
KOPI DI COFFEE SHOP PITSTOP KOPI DITINJAU DALAM
PERSPEKTIF TEORI KONSTRUKSI SOSIAL

A. Gambaran Umum Penelitian

1. Profil dari Tempat Penelitian

Peneliti telah melakukan penelitian di *coffee shop* Pitstop yang lokasinya sangat strategis yakni terdapat di dalam Perumahan Pondok Permata Suci (PPS) biasa disebut dengan PITSTOP KOPI GOLD. Buka setiap hari pada jam 11 pagi hingga 11 malam. Dengan adanya PPKM maka jam buka dari *coffee shop* ini dikurangi. Menyediakan segala bentuk menu makanan dan minuman dan sudah menjadi tempat rekomendasi untuk generasi millennial. Prioritas utama yang ditampilkan yakni kenyamanan, dan kepuasan konsumennya. Menyediakan beragam fasilitas yang terbaik. Berikut letak *coffee shop* Pitstopkopi :

Gambar 3 Peta Lokasi Pitstop Kopi GOLD PPS



Jam buka dan tutup operational sebelum adanya covid-19 yakni 11.00 siang sampai 11.00 malam. Maka dengan adanya PPKM berlaku sehingga jam operasionalnya diganti menjadi pukul 08.00 pagi – 08.00 malam saja. Pengaruh yang signifikan terhadap pengunjung kaum millennial terutama yang ada di Pitstop kopi. Dahulu sebelum adanya covid-19 ini Pitstop selalu dikunjungi oleh banyak masyarakat sehingga ramai tidak sepih saat ini. Beberapa fasilitas yang tersedia di *coffee shop* Pitstop ini yakni:

1. Free wifi
2. Musholla
3. Toilet
4. *Room AC*
5. Tempat *Outdoor*
6. Tempat *Indoor*
7. Parkiran Luas

Terdapat pula program yang dijalankan oleh pihak *coffee shop* Pitstop sebagai berikut:

a. Pit Kustik

Program yang disajikan untuk musik dengan kolaborasi berbagai macam artis Ibu Kota seperti Onomastika, Iksan Skuter, trio lesehan, fajar pink, atlesta dan lain-lain.

b. Pit Radio

Program ini, bisa dijumpai dalam aplikasi spotify.

c. Pit Talk

Program ini, diperuntukkan sebagai tempat diskusi berbagai hal topik dengan suasana santai namun tetap serius. Dan membahas mengenai semua tentang musik, kopi dan lain-lain. Dimana ada narasumber yang menjelaskan dan ada pula sesi tanya jawab. Pit talks sudah berkolaborasi dengan coffee break dan kang ucay.

d. Pit Worskhop

Dimana program ini adalah kegiatan mengenai hal-hal positif dengan merangkul komunitas-komunitas yang mampu menghasilkan karya-karya seperti karya lukisan dan damar kurung.

e. Pit Merchandise

Program yang mengeluarkan produk-produk yang digemari dan diincar oleh banyak masyarakat luas seperti kaum millennial berupa produk T-shirt yang dikolaborasikan bersama iksan skuter dan jason ranti dan membuat produk berupa totebag.

f. Stand Up Comedy

Yang mana, ini akan memberikan tampilan yang lucu dan berkesan seperti meroasting admin dari Gresik Sumpek yakni cak warsito.

g. Pit and Go

Ini adalah program baru yang dibuat oleh Pitstop kopi dengan adanya covid dan ppkm berlangsung. Dan dikhususkan bagi penggemar kopi yang stay dirumah atau dengan kata lain tidak mau keluar rumah dikarenakan covid ini. Program ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Adapun beberapa program yang diadakan oleh Pitshop saat bulan puasa ramadhan yakni:

a. Pasar Sore

Menjual berbagai macam makanan dan minuman dan berkolaborasi dengan komunitas vespa. Yang mana, komunitas ini dalam waktu 3 hari di program yang disediakan oleh Pitstop ini mereka mampu menjual produk lokal berbelanja dan berbuka bersama.

Berikut penjelasan dengan adanya program pasar sore dari Mas Prasetya Yudha yakni berpendapat bahwa gresik itu butuh banyak ruang temu yang “*ideal*”. Dimana kita bisa membuat kegiatan peningkatan ekonomi yang bersifat kultural atau disebut dengan gaya hidup urban. Harapannya, segala lini, sekmen bisa hadir dan segala kebutuhan bisa terpenuhi.

b. Local Movement

Komunitas yang didalamnya berisi mengenai jualan produk-produk *brand* lokal seperti kaos, sepatu dan lain-lain dan disertai dengan live musik. Komunitas-komunitas yang menghasilkan karya dalam acara

Local Movement antara lain:

1. Komunitas Melukis

Sebuah program offprint yang diinisiasi *grezine kolektif* berkolaborasi bersama Pitstop sebagai ruang temu pertukaran yang diselenggarakan setiap akhir pekan.

2. Komunitas Vespa

Atau biasa disebut Sunmori dari salah satu komunitas Vespa di Gresik. Jadi, mereka pagi hari titik kumpul di outlet Pitstop kopi Gold KIG dan finish di outlet Pitstop kopi Gold PPS dan melakukan kegiatan *kopdar* atau dengan kata lain kopi darat ramai-ramai sambil diiringi dengan live musik.

Adapun kompetisi yang diselenggarakan oleh Pitstop kopi yakni *coffee latte art*. Yang mana, kompetisi ini disajikan dengan cara kopi disiapkan dengan menuangkan susu panas ke cangkir espresso sehingga menciptakan pola atau *design* di permukaan *latte art* tersebut. Selain itu juga dapat langsung digambarkan diatas lapisan atas busa.

Struktur tugas para staff di *Coffee shop* Pitstop Kopi :

1. Rahmadhani Anwar sebagai CEO
2. Fajar Romadhon sebagai Legal dan Franchies
3. Fairuz Nabil sebagai Logistik
4. Muhammad Jinan sebagai Creative Director
5. Taufik Ulul sebagai R & D
6. Dilla Annisa sebagai Sales dan Marketing
7. Lilik Khomariyah sebagai Admin
8. Nungki Nugroho sebagai HRD
9. Muchlis Mahar sebagai SPV
10. Rian sebagai Leader di Pitstop Pps
11. Yusuf sebagai Leader di Pitstop Kig

12. Irbat sebagai Leader di Pitstop Pangsud
13. Rahmat sebagai Leader di Pitstop Bunder
14. Wanda sebagai Leader di Pitstop porong

Peneliti menggunakan penelitian ini dikabupaten Gresik yang terletak disebelah Barat laut dari Ibukota Provinsi Jawa Timur (surabaya) dengan luas 1.191,25 kilometer persegi dengan panjang pantai kurang lebih 140 kilometer. Secara letak geografis, wilayah ini merupakan dataran rendah. Desa ini dengan jumlah penduduk 12.000 jiwa dan luas wilayah 389.522 Ha, memiliki batasan wilayah sebagai berikut:

Tabel 2 Batas Wilayah Kecamatan Manyar

No.	Batasan	Keterangan Desa
1	Sebelah Utara	Desa Pongangan dan sukomulyo
2	Sebelah selatan	Desa Dahan Rejo dan Kembungan
3	Sebelah Barat	Tebalo dan Desa Banjarsari
4	Sebelah Timur	Yosowilangun

Gambar 4 Peta Wilayah Kecamatan Manyar



Desa Suci ini menjadi bagian dari kelima desa yang ada di Kecamatan Manyar dan Kecamatan Manyar mencakup 23 desa yakni Banjarsari, Tanggulrejo, Banyuwangi, Roomo, Manyar Sidomukti, Manyar Sidorukun, Manyarejo, Leran, Betoyo Kauman, Betoyo Guji, Gumeno, Karang Rejo, Sembayat, Ngampel, Morobakung, Pejanggalan, Sukomulyo, Sumberejo, Peganden, Pongangan, Suci, Tebalo, dan terakhir Yosowilangun. Desa Suci dikenal dengan desa santri karena di desa tersebut menjadi salah satu titik dakwah di Kecamatan Manyar setelah Desa Leran.

Desa dengan wilayah perkotaan yang memiliki letak strategis tidak jauh dari akses apapun dan terdapat perumahan yang menimbulkan adanya jumlah peningkatan penduduk.

Desa ini juga merupakan kawasan pegunungan termasuk kategori desa swasembada dan bersuhu hangat kurang lebih 25 celcius. Kawasan ini berada kurang lebih 3 km dari terminal bunder (jalur utama surabaya jakarta) 2km dari desa tenger sukomulyo dan 4km dari pusat kecamatan manyar sebagai wilayah yang terletak di jalur pantura ini termasuk kawasan yang cukup makmur ekonominya.

Kehidupan masyarakat desa suci adalah kehidupan yang masyarakatnya islami, interaksi sosial dari masyarakatnya sangat rukun dan harmonis antara satu sama lain dan kondusif, aman, tentram dengan

melestarikan dan menjunjung tinggi nilai gotong royong dalam membangun kebersamaan.

Jumlah penduduknya desa suci sendiri telah mencapai angka 23.087 jiwa dengan luas wilayah 389.522 Ha dan antara berkisaran dari penduduk yakni 4628 jiwa.²² Jumlah kepala keluarga di desa suci:

Tabel 3 Jumlah Penduduk Desa Suci

No.	Keterangan	KTP Suci
1	Laki-laki	5917
2	Perempuan	5872

(Sumber: Dinas Kependudukan Catatan Sipil Kabupaten Gresik 2019)

2. Perekonomian (Mata Pencaharian)

Desa Suci merupakan desa dengan kategori desa swasembada alias desa yang maju dan mampu memanfaatkan serta mengembangkan seluruh potensi yang ada didesa secara optimal.²³ Secara umum, mata pencaharian masyarakat yang bertumbuh pada ekonomi pertanian, dan perkebunan. Tidak hanya itu, masyarakat desa suci juga bertumpu pada galian bahan baku pembentukan pupuk, bahan bangunan, maupun bahan baku kapur *gamping*. Selanjutnya warga suci pun ada yang memiliki pekerjaan sebagai buruh pabrik industri, dan pegawai negeri sipil.

Jumlah penduduk warganya juga bermata pencaharian di sektor industri paling menonjol yaitu dengan mencapai 3087 jiwa dan tidak hanya

²² Dinas kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Gresik, 2019.

²³ File Desa Suci Gresik.

itu di sektor bidang lain seperti pertanian, konstruksi, jasa, perdagangan, dan angkutan umum. Perincian data angkatan kerja meliputi:

Tabel 4 Jumlah Penduduk Dengan Angkatan Kerja

No.	Sektor	Keterangan
1	Industri	3087 orang
2	Pertanian	13 orang
3	Konstruksi	15 orang
4	Perdagangan	833 orang
5	Jasa	115 orang
6	Angkutan	25 orang

(Sumber: Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Gresik 2019)

Kemudian, ada beberapa sarana dan prasarana perekonomian desa ini, dengan data kelompok pertokoan, pasar, dan industri kecil menjadikan masyarakat lebih mudah untuk menghidupi kebutuhannya.

Tabel 5 Sarana Prasarana Ekonomi Masyarakat

Sarana dan Prasarana Ekonomi Masyarakat Desa Suci		
No.	Jenis	Jumlah
1	Kelompok Pertokoan	10
2	Pasar dengan bangunan permanen	-
3	Pasar dengan bangunan semi permanen	2
4	Pasar tanpa bangunan	-
5	Minimarket/swalayan	1
6	Toko/warung kelontong	15
7	Rumah Makan / Restoran	18
8	Kedai/ Warung Makanan	21

(Sumber: Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Gresik 2019)

Terdapat sarana dan prasarana dan tenaga kesehatan yang telah ada di desa suci dengan memiliki beberapa jumlah dokter 3, perawat 10, bidan 6, dan praktik bidan berjumlah 4, poliklinik 2, posyandu sebanyak 25 dan 1 poskesdes. Tidak hanya itu, desa ini telah meramba dalam pengobatan seperti memiliki 3 apotek dan 1 toko obat.

3. Pendidikan

Pendidikan membawa pengaruh besar terhadap pengembangan hidup setiap individu dan masyarakat melalui peningkatan kemampuan intelektual kemampuan emosi dalam menghadapi berbagai hal dan kemampuan motorik.

Pentingnya suatu pendidikan akan secara langsung mendorong terjadinya perubahan kualitas kemampuan seseorang kognitif, afektif, dan psikomotor. Pendidikan juga dipercaya masyarakat menjadi proses dalam melahirkan kemampuan manusia karena manusia adalah potensi dimana tumbuh dan berkembang sebagai kekuatan dalam ilmu pengetahuan dan teknologi.

Pendidikan menjadi pusat dari semua upaya membangun citra manusia yang paripurna, dan menjadikan pendidikan sebagai titik pijakan dan strategi utama dalam membentuk manusia yang berkualitas. Pendidikan itu penting bagi semua umat manusia menjadi suatu kebutuhan yang tidak bisa terelakkan.

Tabel 6 Daftar Nama Sekolah

Referensi Data Satuan Sekolah di Desa suci			
No.	Nama Sekolah	Jenis Sekolah	Status
1	KB AL-KINDI	PAUD	SWASTA
2	KB CAHAYA AISYIYAH	PAUD	SWASTA
3	KB KENANGA II	PAUD	SWASTA
4	KB MAMBAUS SOLIKHIN	PAUD	SWASTA
5	KB MUSLIMAT NU 106	PAUD	SWASTA
6	KB OXFORD PURI SCHOOL	PAUD	SWASTA
7	KB KOBER SEHATI ABADI	PAUD	SWASTA
8	PG TUNAS AISYIYAH	PAUD	SWASTA
9	SPSS TAMAN POSYANDU SUCI	PAUD	SWASTA
10	TK AISYIYAH BUSTANUL ATHFAL 36	TK	SWASTA
11	TK AISYIYAH BUSTANUL ATHFAL 40	TK	SWASTA
12	TK AL-KINDI	TK	SWASTA
13	TK OXFORD PURI SCHOOL	TK	SWASTA
14	TK MUSLIMAT NU 199 AL-IKHLAS	TK	SWASTA
15	RA/BA/TA RAM 180 DARUTTAQWA	TK	SWASTA
16	SD MUHAMMADIYAH GKB 2	SD	SWASTA
17	SD MUHAMMADIYAH MANYAR	SD	SWASTA
18	UPT SD NEGERI 47 GRESIK	SD	NEGERI
19	MIS DARUTTAQWA	MI	SWASTA
20	MIS MAMBAUS SHOLIHIN	MI	SWASTA
21	MTSS MA'ARIF DARUTTAQWA	MTS	SWASTA
22	MTSS MAMBAUS SOLIHIN	MTS	SWASTA
23	SMA MUHAMMADIYAH 10 GKB GRESIK	SMA	SWASTA
24	SMAN 1 MANYAR	SMA	NEGERI
25	SMKS DARUTTAQWA	SMK	SWASTA
26	MAS DARUTTAQWA	MA	SWASTA
27	MAS MAMBAUS SOLIHIN	MA	SWASTA
28	STAIDA	Perguruan Tinggi	SWASTA
29	INKAFA	Perguruan Tinggi	SWASTA

(Sumber: Data Referensi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan 2019)

Terdapat beberapa tempat pelaksanaan pendidikan nonformal dilaksanakan di pondok-pondok yang ada di desa suci tersebut meliputi, Pondok Pesantren Mambaus Sholihin, Pondok Pesantren Daruttaqwa, dan Pondok Rodhotul Muta'alimin.

4. Keagamaan

Potret dari keagamaan yang ada di desa tersebut dilihat dari jumlah banyaknya masjid-masjid dan musholla bahkan di dalamnya sudah berdiri ketiga pondok pesantren jadi tidak bisa diragukan bahwa desa ini menjadi contoh cerminan desa yang agami dan islami. Sebagian besar penduduknya menganut paham islam dan mereka menganut paham Nadhatul 'Ulama (NU) bagian dari ibadahnya. Aktivitas keagamaan, masyarakat ini menggunakan aspek religi untuk menambah warna dalam kehidupan sehari-hari secara fisik, spritual, dan budaya. Dengan paparan diatas, kegiatan yang telah berkembang mencakup:

a. Tahlilan

Tahlil yaitu suatu kegiatan yang dilakukan baik sendiri atau secara bersama-sama dengan membaca *laila hailallah* dengan kalimat tahlil beserta serangkaian bacaan dan doa lainnya. Tahlilan diselenggarakan selama tujuh hari/malam berturut-turut setelah kematian. Hari 40, hari ke 100, dan hari ke 1000 atau pada acara tahunan dari kematian seseorang. Acara ini dilakukan untuk mengirimkan doa kepada keluarga almarhum yang meninggal dunia. Pembacaan tahlil dilakukan satu minggu sekali setiap hari Kamis setelah salat maghrib.

b. Istightsah

Istightsah dimaknai sebagai permintaan pertolongan kegiatan ini dilakukan di setiap masjid atau langgar baik dikampung atau dipesantren, yaitu tepatnya selesai salat maghrib. Istighatsah adalah kegiatan pembacaan kalimat tayyibah dan dzikir kepada allah secara bersama-sama yang dipimpin imam salat maghrib hingga selesai. Bacaan istighotsah adalah istighfar, sholawat nabi, lafadz tahlil, dan puji nama-nama allah dengan lafadz “ ya Allah, ya qodim, ya sami, ya basir, ya mubdi, ya kholiq, ya hafidz, ya nasir, ya allah, ya lathif. Atau membaca asma allah kemudian membaca bacaan istighotsah. Pada bulan ramadhan kegiatan itu diberhentikan guna diganti dengan pembacaan al-qur’an dengan mengaji kitab kuning (diniyah) swetelah salat tarawih. Selesai ramadhan kegiatan itu tetap dimulai kembali seperti sediakala.

Agama yang dianut oleh warga desa suci yaitu kebanyakan agama islam mencapai 17670 dan sudah tersedia 5 masjid dan 15 musholla.

Rinciannya sebagai berikut:

Tabel 7 Daftar Ajaran Agama

Jumlah Penduduk Menurut Agama yang Dianut di Desa Suci		
No.	Jumlah	Keterangan
1	17670	Islam
2	237	Protestan
3	51	Katolik
4	41	Hindu
5	2	Budha

(Sumber: dinas kependudukan dan Catatan Sipil Kabupaten Gresik 2019)

5. Potret Budaya

Budaya berasal dari ciptaan manusia melalui wujud, rasa dan karsa manusia sebagai pemenuhan kebutuhan manusia dalam hidup.. sehingga digunakan untuk memahami tingkah lakunya dalam pengetahuan dan pengalaman.

Tradisi dan kebudayaan sangat kental dengan masyarakat Jawa.

Bahkan tidak dapat terpisahkan karena tradisi tersebut masih bisa dilakukan sampai era saat ini.

Budaya dalam Desa suci Manyar Gresik ini cenderung bersifat islami dan melekat dengan lingkungan masyarakat. Kenyataan tersebut dilihat sebagai tradisi yang bersifat keagamaan. Dalam sifat tersebut bisa dikatakan sebagai pola budaya yang diwujudkan ke dalam kehidupan daripada masyarakatnya. Berikut beberapa aktivitas keagamaan desa suci diantaranya:

a. Selamatan

Selamatan adalah cara bagaimana untuk bersyukur atas segala nikmat yang diberikan oleh Allah. Upacara selamatan ini hanya dilakukan oleh pemimpin (modin) biasanya upacara ini dilengkapi dengan makan-makan bersama sekedarnya. Dimaksudkan untuk mendapat keselamatan dan perlindungan dari Allah SWT.

Tujuan utama dari adanya upacara ini yakni tradisi keselamatan yang dilakukan disetiap kelahiran, kematian dan pernikahan. Tujuan adanya selamatan yakni menjauhkan dari marabahaya, bentuk syukur atas nikmat yang diberikan Allah kepada umat manusia dan dijadikan sebagai acuan untuk mengirimkan doa kepada yang meninggal dunia serta mempererat tali silaturahmi terhadap kerabat dan tetangga.

Pesan moral yang terkandung di dalam upacara selamatan untuk mengajarkan kita supaya bersedekah, mempererat silaturahmi, ingat atas rejeki yang diberikanNya dan mengajarkan gotong royong untuk kehidupan yang tentram bahagia antar masyarakat.

b. Mauludan

Mauludan memiliki makna peringatan tempat dan waktu kelahiran nabi. Upacara tersebut dilaksanakan untuk memperingati kelahiran nabi Muhammad SAW dengan tujuan agar kaum muslimin menumbuhkan rasa cinta terhadap Rasulullah SAW.

Dalam penanggalan Jawa, masyarakat mengadakan perayaan ini dengan memanjatkan doa serta sholawat kepada Nabi dan pengajian.

c. Isra' Mi'raj

Kisah nabi Muhammad saw saat mendapat perintah sholat lima waktu dari Allah SWT. Pelaksanaannya sama dengan upacara Mauludan hanya berbeda, dalam tata caranya saja yakni apabila Isra' Mi'raj dilakukan dengan cara pengajian dan ceramah agama yang dilakukan oleh toko agama yang ada di Desa Suci tersebut.

d. Tingkeban atau Mitoni

Mitoni merupakan suatu upacara kegiatan yang dilakukan pada kehamilan tujuh bulan. Upacara ini diyakini masyarakat sebagai makna supaya kelahiran bayi tidak banyak mengalami hambatan sehingga menjadi anak yang baik budi pekertinya.

Adapun ritual yang dijalankan dalam upacara tersebut yakni dengan pembacaan Al-Qur'an, mandi kembang, pembelahan kelapa, pemecahan telur dan lain-lain.

e. Aqiqah

Aqiqah akan dilakukan dalam suatu rangkaian kegiatan saat merayakan atas kelahiran anak identik dengan menyembelih seekor binatang kambing. Ukuran dalam penyembelihan daging ini untuk yang anaknya berjenis kelamin laki-laki maka akan menyembelih dua ekor kambing berbeda dengan perempuan hanya satu ekor kambing. Penyembelihan ini dilakukan di hari ketujuh dari kelahiran anak karena dihari itu pula anak diberikan nama dan rambutnya dipotong.

f. Rebo Wekasan

Meluas istilah dari rebo wekasan, apabila ditinjau dari bahasa arab *Arba'a* artinya hari rabu dan hasanun artinya bagus. Maka rebo wekasan dalam istilah jawa memiliki nama lain rebo pungkasan dengan maksud, hari rabu terakhir setiap bulan shafar.

Bulan shafar meruapakan suatu bulan yang terdapat 500 lebih berbagai macam penyakit yang diturunkan allah maka cara mengantisipasi dengan keadaan tersebut banyak ulama menjalankan tirakat. Tirakat adalah beribadah menghadap Allah SWT seraya berdoa untuk dijauhkan dari segala musibah dan malapetaka.

Rebo wekasan bertepatan di bulan 13,14 dan 15 November 2017. Masyarakat manapun diwilayah gresik tidak asing dengan tradisi rebo wekasan karena sudah menjadi tradisi yang berpusat di Desa Suci Kecamatan Manyar Gresik.

Acara rebo wekasan juga ada kirab tumpeng raksasa. Kemudian tumpeng tersebut dikirabi dengan hadrah dan pembacaan shalawat .²⁴

B. Respon Generasi Millenial terhadap Brand Pitstop Kopi

Dalam hal ini peneliti membahas respon generasi millenial terhadap brand yang telah dikeluarkan oleh *coffee shop* Pitstop kopi. Disini Pitstop tidak hanya mendirikan tempat *coffee shop* namun juga meluncurkan merch yaitu (*T-shirt* dan *totebag*), Pitstop juga meluncurkan berbagai hal *Pit On Bus* dengan

²⁴ File Desa Suci Gresik.

memberikan konsep hiburan musik yang secara eksklusif. Sesuai dengan penjelasan dari Amar sebagai berikut:

"responnya ya bagus dan bisa dibilang dengan harga yang murah karena free eskopit dan perjalannya dari suci sampai dengan pit porong sidoarjo di dalam bus juga dihibur dengan musik dari iksan skuter menjadi hal yang sangat menyenangkan" ²⁵

Jadi dengan paparan diatas, bahwa brand Pitstop kopi sudah dikenal banyak orang termasuk generasi millennial dan menjadi daya tarik terkhusus generasi millennial. Tidak hanya itu Pitstop kopi juga mengeluarkan brand seperti pit- bottle. Penjelasan dari gilang yakni:

"respon saya malah bagus, justru itu yang diincar oleh generasi millennial saat ini, karena mereka sangat menggemari Pitstop kopi".²⁶ Sesuai yang disampaikan amar "justru itu bagus karena generasi millennial akan selalu menunggu karya-karya atau produk lokal yang ditampilkan oleh Pitstop kak".²⁷

Kehadiran *brand* Pitstop kopi mampu memikat daya tarik dari millennial karena konsumen diberikan beberapa pilihan yang lebih terjangkau namun tetap dapat mengikuti tren minum kopi yang kekinian.

"Meskipun pitsop adalah coffeeshop yang sudah dikenal banyak masyarakat luas. Namun *brand* yang dikeluarkan tidak pernah tidak laku justru peminatnya banyak seperti kaum millennial dari berbagai kota maupun daerah mba".²⁸

Jadi, produk yang dikemas oleh Pitstop ini menjadikan daya tarik yang *epic* untuk millennial dengan menampilkan kualitas terbaik karena dengan harga

²⁵ Wawancara Dengan Amar Pengunjung coffee Shop Pitstop Kopi Pada Hari Sabtu tanggal 14 November 2020 pukul 13:06.

²⁶ Wawancara Dengan Gilang, Remaja Millennial yang Biasanya Hangout di Pitstop Pada Hari Senin 21 Desember 2020 Pukul 13:06

²⁷ Wawancara Dengan Amar Pengunjung Pitstop Kopi Pada hari Sabtu Tanggal 14 November 2020 Pukul 13:06

²⁸ Wawancara Dengan Erfa pengunjung coffee shop Pitstop Kopi Pada Hari Sabtu Tanggal 14 November 2020 Pukul 12.09

ramah kantong. Karena mereka mendapatkan berbagai macam sponsor. Selain menjadi tempat ngobrol santai atau bermain game, berikut jawaban dari Devi:

"kalau saya pribadi ya sudah standar terjangkau dan sesuai dengan suguhan dari tempat yang nyaman dan rasanya sesuai dengan apa yang telah dibayarkan." begitupun dengan jawaban Ayu, bahwa ia menjelaskannya dengan tersenyum, harga sudah sesuai dengan kantong apalagi disini sudah free wifi jadi enak dibuat untuk tugas-tugas bejibun. Lagian tempatnya juga estetik kak sekaligus nyaman."²⁹

Jadi dengan paparan diatas maka gaya hidup seseorang tidak selalu dikatakan sebagai gaya hidup hedonisme. Karena di Pitstop kopi ini, sudah menyajikan suasana, tempat, rasa sesuai dengan harga yang tersedia. Berikut potret dari brand yang telah dikeluarkan oleh *coffee shop* Pitstop kopi dan rincian harga dari daftar menunya:

Gambar 5 Daftar Menu PITSTOP Kopi

Beverage	
COFFEE	
Es Kopi	12
Avocado	19
Carrot Matcha	18
Rotunda Presso	17
Creamypresso	18
Coffee Latte	14
Strawberry Berry	13
Americano	12
Flavore	12
Espresso	8
SINGLE ORIGIN	
V60	12
Vietnam Drip	12
Syphon	15
LATTE	
Latte	14
Presso	17
Food	
SNACK	
Pis Pkaler	25
Beef Fries	18
Chick Pop	18
Wings with BBQ Sauce	18
O Ring	12
Cheesy Fries	14
French Fries	10
Crispy Tofu	10
DESSERT	
Classic PB-Pancake	15
LACTO	
Lycée Lacto	18
Strawberry Lacto	14
TEA SIGNATURE	
Chamocila	18
Earl Grey	18
JUICE	
Avocado	14
Melan	14
OTHERS	
Good Time to Drink	18
Holiday is End	15
Lycée Mojito	15
Strawberry Mojito	13
Cream Latte	12
Lycée Tea	14
Lemon Tea	12
Tea	8
ADDITIONAL	
One Shot Espresso	4
White Cream	8
Ice Cream	5
Carrot Sauce	4
MAIN COURSE	
US Outback Spicy Gyudon	28
US Outback Gyudon	25
CRG Blackpaper	20
CRG Geprek	20
CRG BBQ	29
Mc'ian Gyoza	17
Indonesia Complete set	15
Indonesia Reg	19
ADDITIONAL	
Egg	4
Sauce	4
Rice	4
Ice Cream	5

²⁹ Wawancara Dengan Devi dan Ayu, Pengunjung Serta Penggemar Kopi Pada Hari Senin, 21 Desember 2020 Pukul 13:06.

Selanjutnya, peneliti menanyakan kembali pendapat informan terhadap harga, rasa dan suasana. Serta seberapa pentingnya memposting foto saat hangout di *coffee shop* Pitstop kopi di media sosial seperti whatsapp, instagram, dan facebook. Inilah penjelasan dari Sinta dan Azza yang sama-sama menjawab

"tidak begitu penting karena beda dengan generasi millennial yang baru nongkrong di cafe-cafe pasti akan memposting foto di dalam media sosialnya. Kalau harga sudah standar terjangkau apalagi kalau ada promo pasti akan diserbu generasi millennial termasuk kita berdua."³⁰

Memang, tidak selamanya gaya hidup yang kurang baik itu monoton dengan kata "*hedonisme*" karena sekarang justru berbalik kearah yang lebih positif. *Coffee shop* bukan hanya sebagai tempat nongkrong semata namun sebagai tempat interaksi sosial. Begitupun penjelasan dari erfa yakni benar sekali bahwa hangout disini sangat menyenangkan dan juga sebagai wadah untuk generasi millennial untuk berkarya.

Adapun Faktor Pembentuk Gaya Hidup Baru bagi Generasi Millennial

Penggemar Pitstop Kopi:

Fenomena ini menarik minat bagi peneliti untuk membuat susunan laporan penelitian lebih dalam. Tidak heran dengan menjamurnya wadah nongkrong kekinian. Sesuai perkembangan zaman yang semuanya mengandalkan teknologi dan informasi. Generasi millennial menjadi saksi bisu atas perkembangan media sosial yang sudah tidak bisa terpisahkan dalam dunia sosial seperti halnya Ngopi. Ngopi juga menjadi salah satu daya tarik yang

³⁰ Wawancara Dengan Sinta dan azzah Pengunjung Pitstop Kopi Pada Hari Senin Tanggal 21 Desember 2020 Pukul 13:55

dikagumi dan digemari oleh masyarakat termasuk generasi millennial saat ini. Media sosial juga berpengaruh penting terhadap *coffee shop* atau tempat nongkrong menjadikan tempatnya makin tenar dan dikenal masyarakat luas. Seperti halnya pitstop kopi sudah dikenal masyarakat dan sudah digemari oleh generasi ini.

Semakin meningkatnya industri kopi sehingga membuat kopi menjadi gaya hidup baru dari generasi ini. Dengan menjamurnya *coffee shop* ini menjadikan kaum muda sebagai alat untuk bersosialisasi bersama dengan kerabat, dan teman-teman. Faktor pembentuk gaya hidup baru bagi generasi millennial penggemar *coffee shop* saat ini yakni,

Uus menyampaikan, bahwa “menurut saya, faktornya dari dalam diri kita sendiri dimana kita pribadi harus bisa memilah yang baik dan yang buruk bagi diri sendiri. Karena tidak selamanya juga bergantung pada uang justru contohnya dalam pitstop ini gaya hidupnya disesuaikan dengan isi kantong mahasiswa”³¹

Devi, Ayu dan Gilang sama-sama mengatakan “ada salah satu pesan yang disampaikan oleh Bob sadino yaitu bergayalah sesuai dengan isi dompetmu.”³²

Informan menyampaikan maksud yang sama yaitu tidak perlu banyak gaya apabila memang tidak punya uang dan tidak boleh malu jika memang belum mempunyai banyak uang.

Bergaya dengan rasa gengsi akan menjadikan kita lupa diri. Padahal yang simpel saja sudah menjadikan kita bahagia. Dengan peribahasa yang sudah seringkali terdengar dan sudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

³¹ Wawancara Dengan Uus, Remaja Desa Pongangan Pada Hari senin, 15 Oktober pukul 14:30

³² Wawancara Dengan Devi, Ayu dan Gilang, Remaja Millennial yang Biasanya Hangout di Pitstop Pada Hari Senin 21 Desember 2020 Pukul 13:06

Peribahasa seperti ini *Jangan sampai besar pasak daripada tiang*. Dengan kata lain, lebih besar pengeluaran daripada pendapatan. Karena jika kita terus mengeluarkan uang yang tidak ada manfaatnya akan merugikan diri sendiri.

Selanjutnya, bahwa peran orang tua sangatlah penting dalam mengawasi, menasehati anaknya supaya orang tua tahu perkembangan anak diluar lingkungan keluarga.

Sinta dan Azzah menjawab dengan tegas “memang sangat penting karena kita berdua merupakan salah satu generasi saat ini yang bisa dengan mudah menjamahi tempat-tempat untuk nongkrong, dengan begitu kita harus meminta izin terlebih dahulu kepada orang tua agar orang tua juga tau meskipun tanpa mengawasi dengan apa yang dilakukan oleh anaknya.”³³

Erfa menyampaikan “sangat penting, kita juga akan mengkhawatirkan keadaan anak apabila anak tersebut tidak meminta izin dari orang tua. Saling memberi rasa kepercayaan antara anak dan orang tua.”³⁴

Sama halnya dengan jawaban dari Amar “meskipun kita sudah remaja kita pasti juga butuh izin dari orang tua agar orang tua tidak khawatir. Kita izin sesuai dengan tujuan yang positif seperti nongkrong bersama kawan-kawan.”³⁵

Karena era digital telah merambah kepada semua lapisan. Hal tersebut, menuntut orang tua harus cerdas di dalam perkembangan zaman. Maka diperlukan peran orang tua atau keluarga dalam mengawasi anaknya di lingkungan sosialnya.

Beginilah jawaban dari semua informan mengacu pada bahwa tidak semua faktor gaya hidup itu bergantung pada uang. Karena gaya hidup itu

³³ Wawancara Dengan Sinta dan azzah Pengunjung Pitstop Kopi Pada Hari Senin Tanggal 21 Desember 2020 Pukul 13:55

³⁴ Wawancara Dengan Erfa pengunjung coffee shop Pitstop Kopi Pada Hari Sabtu Tanggal 14 November 2020 Pukul 12.09

³⁵ Wawancara Dengan Amar Pengunjung Pitstop Kopi Pada hari Sabtu Tanggal 14 November 2020 Pukul 13:06

sesuia dengan apa yang kita mau dan sesuai dengan diri kita masing-masing juga, gaya hidup juga bisa menjadikan kita lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan semua orang dan menjadikan kita bisa berkarya dan bertukar pikiran karena itu gaya hidup bisa kearah positif dan negatif tergantung denagn tujuannya.

C. Aktivitas Generasi Millenial Penggemar Kopi di Pitstop Kopi

Perkembangan *coffee shop* berbasis kopi sekarang ini sudah meningkat diangka 16 sampai 18 persen setiap tahunnya seiring dengan perubahan gaya hidup baru masyarakat perkotaan. Oleh karena itu coffe shop menjadi salah satu usaha yang sangat banyak peminatnya yakni remaja millenial dan mahasiswa. *Coffee shop* lekat keberadaannya dengan muda-mudi dan dirasa memamng banyak dan cukup sehingga memiliki peluang yang menjanjikan.

Coffee shop merupakan tempat yang mayoritas penggemarnya di dominasi oleh kalangan anak muda. Melakukan sesuatu yang menyenangkan membuat orang lupa dengan waktu yang terus beriringan. Bahkan mengenai topik pembahasan yang seru dan menyenangkan bersama teman, ataupun keluarga. Semisal peneliti bertanya kepada informan, berapa kali nongkrong di *coffee shop* Pitstop Kopi.

Uus menyampaikan jawabannya, bahwa ia sering ke Pitshop Kopi beberapa kali kalau dihitung dalam satu bulan itu bisa 3 sampai 5 kali."³⁶ Informan Azza dan Sinta menjawab rata-rata mereka menghabiskan waktu di

³⁶ Wawancara Dengan Uus, Remaja Desa Pongangan Pada Hari senin, 15 Oktober pukul 14:30

coffee shop Pitstop Kopi ini 2 jam setiap kali hangout.³⁷ Sedangkan informan atas nama Mahar menjawab tidak pernah menargetkan tentang berapa lama ia berada di *coffee shop*, yang terpenting apabila bosan tidak ada yang perlu di diskusikan pasti ia akan beranjak dari tempat tersebut.

Erfa menyampaikan bahwa ia akan menjawab pertanyaan peneliti dengan singkat, "ya biasanya saya kesini kalo hangout sekitar 4 jam an. Karena lagi menemani suami meeting".³⁸

Lain halnya dengan Amar, ia mengaku perkiraan waktu itu semuanya tergantung kepada siapa yang diajak ke *coffee shop* Pitstop Kopi.³⁹

Selanjutnya, dengan pernyataan yang disampaikan oleh informan diatas, bahwa teman juga berpengaruh terhadap perkiraan waktu yang mereka habiskan, sehingga peneliti menanyakan dengan siapa mereka *hangout* di Pitstop Kopi. Amar menjawab pertanyaan peneliti dengan percaya diri bahwa ia sering ke *cafe* bersama teman kelompok futsalnya, dan setelah menikah ia lebih sering pergi nongkrong bersama istrinya. Berbeda pula penjelasan tiga informan yakni Gilang Ayu dan Devi, menyatakan bahwa selain bersama pasangan mereka juga seringkali bersama teman-temannya.

Kemudian, *coffee shop* ini berkembang tidak hanya sebagai tempat minum kopi dan nongkrong. Namun juga sebagai tempat melakukan berbagai aktivitas. Ayu menyampaikan bahwa ia sering menjadikan *coffee shop* sebagai tempat untuk mengerjakan tugas kuliah, dengan alasan karena kalau dikerjakan

³⁷ Wawancara Dengan Sinta dan Azzah Pengunjung Pitstop Kopi Pada Hari Senin Tanggal 21 Desember 2020 Pukul 13:55

³⁸ Wawancara Dengan Erfa pengunjung Pitstop Kopi Pada Hari Sabtu Tanggal 14 November 2020 Pukul 12.09

³⁹ Wawancara Dengan Amar Pengunjung Pitstop Kopi Pada hari Sabtu Tanggal 14 November 2020 Pukul 13:06

di rumah tidak bisa fokus dan banyak kendala. Rumah baginya hanya digunakan sebagai tempat untuk beristirahat.⁴⁰

Berbeda dengan jawaban yang disampaikan oleh Gilang, ia menjawab pertanyaan peneliti dengan nada bercanda, seperti berikut:

"Diskusi tentang makanan enak yang lagi hitz, tempat hangout baru yang nyaman dan tidak pernah ketinggalan untuk ghibahin akhlak teman-teman, dan curhat masalah apapun."⁴¹

Begitupun penjelasan yang disampaikan oleh Uus mahasiswa Qomaruddin Bungah, dengan celtukannya ia menyampaikan bahwa, kalau bersama teman kuliah dan teman organisasi akan membahas sedikit tentang organisasi yang ada di kampus dan juga tidak luput juga ghibah ORMAWA (Organisasi Mahasiswa) dan seisinya. Kadang pula, melepas penat.⁴²

Dengan adanya perkembangan teknologi menjadikan perkembangan *coffee shop* juga meningkat karena *coffee shop* melek akan teknologi yang telah tersedia. Banyaknya *coffee shop* menjadikan daya saing bagi yang lainnya. *Coffee shop* tidak hanya menjadi tempat yang diminati kalangan anak millennial. Makna cafe bagi informan yakni:

Gilang langsung menyampaikan cafe itu bisa diartikan sebagai rumah kedua. Dari pengamatan peneliti, banyak kalangan anak muda terbiasa nongkrong di *coffee shop* bisa disebut dengan rumah kedua dikarenakan tempatnya syahdu untuk tempat ngopi ataupun hangout.

⁴⁰ Wawancara dengan Ayu Pada Hari Senin 21 Desember 2020 Pukul 13:06

⁴¹ Wawancara Dengan Gilang, Remaja Millennial yang Biasanya Hangout di Pitstop Pada Hari Senin 21 Desember 2020 Pukul 13:06

⁴² Wawancara Dengan Uus, Remaja Desa Pongangan Pada Hari senin, 15 Oktober pukul 14:30

Terdapat perbedaan makna warung kopi dan *coffee shop*. Yang mana, warung kopi hanya menyajikan minuman atau makanan dan sejenisnya. Berbeda dengan *coffee shop* atau biasa disebut cafe yakni tempat yang menyajikan minuman kopi yang disajikan secara higienis dan tempatnya itu berbeda ada yang ber-AC, *rooftop*, *meeting room*, *worshkop room*, *funtiction room*, *table reservation* dan *outdoor area*. Sesuai dengan yang disampaikan oleh Amar bahwa ia:

“suka sekali dengan tempatnya yang dibagi-bagi sesuai dengan kebutuhan dari penggemar atau penikmat kopi seperti outdoor area yang mana bisa menempatkan diri untuk merokok dengan nyaman dan syahdu.”⁴³

Beberapa alasan betah nongkrong di *coffee shop* Pitstop Kopi. Berikut penjelasan dari beberapa informan yakni:

"karena pitstop adalah tempat yang strategis mudah dicari, tidak hanya itu pitstop juga menyediakan beberapa hal seperti free wifi banyak bersosialisasi, ngumpul bareng dengan teman-teman yang bikin betah nongkrong disini.”

Menurut Sinta dan azza yang menjadikan betah Pitstop Kopi bahwa ada *free wifi*, tempatnya nyaman, *instagramable*, estetik inilah yang diincar anak muda zaman sekarang.”⁴⁴

Aktivitas yang dilakukan generasi millennial di coffe shop. *Coffee shop* senditi telah melekat pada diri generasi ini karena aktivitasnya terkadang bukan lagi hanya untuk memulai hari dan mengakhiri hari yang singkat. Aktivitas menyeduh kopi juga telah berfungsi bukan hanya sebagai suatu teman untuk

⁴³ Wawancara Dengan Amar Pengunjung Pitstop Kopi Pada hari Sabtu Tanggal 14 November 2020 Pukul 13:06

⁴⁴ Wawancara Dengan Sinta dan azzah Pengunjung Pitstop Kopi Pada Hari Senin Tanggal 21 Desember 2020 Pukul 13:55

berinteraksi melainkan juga menjadi bahan dasar perdebatan, tukar pikiran, diskusi, dan untuk perubahan sosial. Dan pada dasarnya kopi dan *coffee shop* adalah satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

Saat ini, ngopi telah mengalami masa transformasi maka, orang banyak yang memaknai ngopi tersebut menjadi sebuah aktivitas yang mengubah gaya hidup baru. Seiring berjalan dan berkembangnya zaman, ngopi membutuhkan sarana dan prasarana yang dapat memfasilitasi keperluan dan memudahkan penggemar kopi (konsumen) karenanya saat ini telah menjamurnya deretan *coffee shop* yang sangat digemari generasi millennial dan kalangan masyarakat.

Jadi kopi sangat identik disajikan sebagai peneman obrolan, kini kopi sudah naik kasta tidak lagi sebagai figuran pada meja-meja obrolan. Kopi saat ini sudah menjadi kebutuhan menjadi sebuah jati diri seseorang dan menjadi gaya hidup yang dipopulerkan para eksekutif generasi millennial karena kopi selalu ada dalam rutinitas keseharian disajikan. Selain menjadi tempat obrolan dengan teman aktivitas yang lainnya yaitu:

“karena ngopi itu tidak hanya sebagai tempat pertemuan aja, atau hanya obrolan semata tetapi ngopi itu merupakan aktivitas yang dijalani setiap generasi millennial penggemar kopi pitstop kopi ini yaitu sebagai tempat diskusi, ghibahin akhlak seseorang, mengerjakan tugas, bersantai, meeting dan banyak lagi, kak”⁴⁵

⁴⁵ Wawancara Dengan Uus, Remaja Desa Pongangan Pada Hari senin, 15 Oktober pukul 14:30

Beberapa foto dari kegiatan yang dilakukan oleh pengunjung *coffee shop* pitstopkopi kalangan generasi millennial:



Gambar 6 Kegiatan Pengunjung PITSTOP Kopi

Melihat seutai ungkapan dari Devi yang merupakan salah satu penggemar kopi di coffeshop ini yang mana memang banyak kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh anak muda millennial berbeda-beda ada yang hanya sebatas hangout ada juga yang sebatas ngobrol santai aja. Peneliti juga mewawancarai devi yang sekaligus salah satu remaja yang berkunjung dan

penggemar kopi di *coffee shop* ini, dengan menanyakan selain menjadi tempat diskusi, berikut jawaban informan mengenai beberapa aktivitas dari millennial penggemar kopi di pitstop kopi:

“Biasanya saya kesini bersama teman-teman dan sering ngobrol, gibah kadang juga ngerjakan tugas karena pandemik ini sekolah ditutup jadi kita ngerjakan atau sekolah melalui online kak dan disini lah tempat ngerjakan tugas dari sekolah yang paling nyaman.”⁴⁶

Maka dari paparan diatas dengan Devi salah satu penggemar kopi dan sekaligus pengunjung *coffee shop* pitstop yang dilakukan oleh remaja *coffee shop* ini tidak hanya sebagai tempat diskusi melainkan banyak aktivitas apapun yang mampu dikerjakan selama hangout disini.

Dari pengamatan penulis, sebagian besar remaja sangat menggemari kopi karena bagi penggemar kopi disini adalah sebagai rumah kedua bagi generasi millennial dikarenakan tempatnya sangat diincar oleh anak muda jaman sekarang yaitu dengan menyuguhkan tempat yang sangat unik.

“Dengan adanya perkembangan zaman maka dari itu anak jaman millennial pasti suka dan mengincar sesuatu yang baru seperti tempat yang instagramable, dan nyaman.”⁴⁷

Dari sini dapat dilihat bahwa generasi millennial lebih mengincar sesuatu yang berbau trendy dikalangannya, memang dahulu makan ngopi hanya dilakukan oleh orang tua paruh baya akan tetapi hal ini sudah menjadi gaya hidup baru bagi generasi millennial karean banyaknya *coffee shop* telah menjadi daya tarik oleh generasi millennial. Berikut Jawaban Gilang :

⁴⁶ Wawancara Dengan Devi, Pengunjung Serta Penggemar Kopi Pada Hari Senin, 21 Desember 2020 Pukul 13:06.

⁴⁷ Wawancara Dengan Ayu, remaja millennial pada Hari Senin 21 Desember 2020 Pukul 13:06.

“Karena free wifi, tempatnya juga sangat estetik dan pastinya sangat diincar oleh kaum muda mudi karena tempatnya juga terbagi kan kak ada yang rooftop ada yang smoking area, ada juga yang ber-AC dengan itu lah semua pengunjung nyaman dengan tempat dan teman diskusinya”⁴⁸

Dari paparan diatas bahwa terjadi sebuah makna dari ngopi yang dahulunya hanya sebagai tempat nongkrong kalangan orang tua, dengan dewasa ini melek akan teknologi gadget dan lainnya menjadikan semua bisa berubah seiring zaman yaitu dengan perubahan ini tetap menjadi dampak positif bagi penggemar kopi millennial. Yang mana, justru sekarang millennial mampu menjadi seseorang yang open minded dengan segala situasi yang ada.

Perkembangan *coffee shop* menjadikan gaya hidup baru oleh kalangan generasi millennial. Dengan seiring zaman perkembangan *coffee shop* sudah menjadi gaya hidup baru bagi millennial karena generasi ini sangat melek akan teknologi. Generasi millennial telah lahir ditengah petkembangan tekonologi yang cukup pesat. Kehadiran teknologi mampu membius semua anak muda termasuk generasi millennial. Teknologi telah hadir seperti komputer, handphone, dan gadget muncul dengan cepat direntang waktu generasi ini.

Teknologi dan internet bermunculan untuk memudahkan mendapat sebuah informasi sesuai dengan yang diinginkan. Bahkan dengan kemunculan tersebut, menjadikan beberapa aplikasi seperti website whatsapp dan facebook menjadikan kemudahan bagi kaum millennial. Dengan rebahan saja bisa

⁴⁸ Wawancara Dengan Gilang, Remaja Millennial yang Biasanya Hangout di Pitstop Pada Hari Senin 21 Desember 2020 Pukul 13:06

menggunakan fasilitas yang ada seperti yang dipaparkan diatas. Bahkan dengan menjamurnya *coffee shop* banyak diincar oleh kaum millennial dengan tempat yang unik, asik, dan *instagramable* yang sudah dibagikan dalam media sosial dari *coffee shop* Pitstop Kopi ini seperti media instagram, dan telegram.

Perkembangan atau kehadiran *coffee shop* bagi kaum millennial tidak selalu membawa dampak negatif, banyak yang merasa terbantu atas kehadiran *coffee shop* saat ini. Hal tersebut telah didukung dengan hasil wawancara bersama informan ia mengaku sebagai salah satu seseorang yang menjadikan *coffee shop* sebagai wadah atau tempat untuk berdiskusi tentang bisnis, pengalaman hidup dan beberapa aktivitas yang membawa dirinya berkembang.

Berkembangnya gaya hidup millennial seperti hangout membuat para pelaku usaha melihat sebagai peluang usaha yang sangat menguntungkan dan menjanjikan. Sehingga banyak *coffee shop* baru yang bermunculan dengan rancangan dan konsep yang beragam. Beberapa tempat yang sudah pernah dikunjungi oleh narasumber berbeda-beda.

Devi menjawab peneliti dengan berusaha mengingat-ingat.

"lebih seringnya saya nongkrong di cafe yang strategis seperti bukit senja cafe, langit senja cafe dan pitstop kopi."⁴⁹

Sama halnya dengan salah satu informan yang suka hangout di pitstop kopi karena dia bebas menikmati sajian live music yang disediakan oleh pihak *coffee shop*.

⁴⁹ Wawancara Dengan Gilang, Pada Hari Senin 21 Desember 2020 Pukul 13:06

Sejarahnya, *coffee shop* pitstop kopi ini memiliki 6 cabang dan digagas oleh pemilik kopi dengan mengusung konsep yang unik dan estetik. *Coffee shop* ini berkembang tidak hanya sebagai tempat yang digemari generasi millennial namun telah dijadikan gaya hidup baru bagi kaum millennial. Berikut gambaran dari kelima cabang dari pitstop kopi :



Gambar 7 Cabang Pertama PITSTOP Kopi

Pertama, pitstop kopi pangsud ini berada di jalan panglima sudirman gapuro sukolilo kecamatan gresik. Dimana, di dalamnya terdapat area untuk cuci mobil dan motor, tempat *smoking area*, AC untuk meeting, outdoors, dan parkiran luas.



Gambar 8. Cabang Kedua PITSTOP Kopi

Kedua, cabang pitstop kopi bunder berada di cerme gresik. Cabang ini sangat nyaman untuk nongkrong, istirahat dalam perjalanan jauh dan lain-lain. Sangat cocok untuk view lalu lalang kendaraan dan terdapat pom bensin dekat dengan masjid.



Gambar 9 Cabang Ketiga PITSTOP Kopi

Ketiga, pitstop kopi gold KIG berada di jl. Raya KIG raya selatan tlogopojok kecamatan gresik. Lahir dalam 28 November 2019. Tempat ngopi yang banyak dikunjungi anak muda sekaligus para pegawai di lingkungan gresik. Tidak hanya menyediakan berbagai macam kopi, teh pun ada.

Tempatnya luas baik indoor maupun outdoors. Parkiran motor dan mobil juga tersedia luas.



Gambar 10 PITSTOP Kopi GOLD Cabang Keempat

Pitstop kopi gold pps berada di suci kecamatan manyar kabupaten gresik. Tepatnya berada di dalam perumahan PPS (pondok permata suci), posisinya sangat strategis, tempat berkumpul bersama teman, kerabat, saudara, dan keluarga. Tempatnya cozy nyaman rindang karean banyak pepohonan asri dan bersih. Memiliki tempat estetik dan tersedia banyak pilihan tempat seperti indoor, outdoor, AC, smoking area, teracce area terdapat musholla dan toilet jadi nyaman apabila pengunjung ingin melakukan ibadah shalat di tempat tersebut. Terjamin kebersihannya dan yang pasti tempat parkir motor dan mobil juga luas. Nuansa yang disampaikan juga baik karena mengungkap

konsep yang sangat menginspirasi, teduh dengan nuansa kontemporer dan industrial sangat digemari oleh kaum millennial.



Gambar 11 Cabang Kelima PITSTOP Kopi

Setelah membuka cabang pertamanya untuk si dalam area SPBU yakni SPBU Bunder. Kali ini Pitstop Kopi ber ekspansi ke SPBU lainnya, yakni SPBU 53.612.67 porong. Dan melakukan grand opening pada tanggal 24 November 2018.

Konsepnya, karena berada di SPBU maka pihak pitstop berusaha mengakomodir kebutuhan customer dari SPBU yang sedang rehat dan emnginginkan kopi berkualitas dan makanan untuk mengganjal perut dikala rehat dan mendesign agar customer bisa merasakan kenyamanan.

Untuk menu rekomendasi di Pitstop Porong sendiri terdiri dari Rice Bowl, Kentang goreng, espresso, latte art, Kopi tubhruk khas Gresik.

Berikut penampakan dari Pitstop kopi express porong berada di sidoarjo cabang kelima. Tempat parkir luas dan menjadi satu dengan pom bensin.



Gambar 12 Cabang Keenam PITSTOP Kopi

Dan yang terakhir adalah cabang ke enam yang baru saja dimunculkan di pulau dewata bali yakni pitstop kopi renon. Di pertengahan bulan juni ini dengan grand opening yang akan diselenggarakan oleh pihak pistop kopi ini akan berkolaborasi dengan guestrart yang ada di bali yakni soekaria. Sehingga menjadikan hiburan kecil dengan iringan musik untuk menemani beberapa obrolan dan pertemuan yang hangat bersama teman baik semua.

D. Konstruksi Gaya Hidup Generasi Millennial Penggemar Kopi Coffee Shop Pitstop Kopi tinjauan Perspektif Peter L Berger

Dewasa ini, gaya hidup telah melewati seiring dengan berkembangnya zaman. Awal mulanya, masyarakat tidak begitu mementingkan persoalan mengenai penampilan diri dari gaya hidup. Namun, sekarang kondisi itu berbalik arah karena gaya hidup sudah menjadi fenomena baru.

“Nongkrong”, kini menjadi aktivitas yang dijalankan khususnya remaja generasi millennial disuatu tempat bertujuan untuk berkumpul melakukan aktivitas dimasa lapang. Peristiwa tersebut, menjadikan peneliti melakukan penelitian lebih dalam. Nongkrong sudah menjadi bahasa pergaulan anak muda muda. Meluasnya istilah nongkrong yakni banyak dari generasi muda ini melakukan kegiatan yang aktif yang dulunya hanya duduk jongkok mengalami perubahan menjadi seeing (melihat), hearing (mendengarkan), seating (duduk), dan staying (tinggal). Ngopi melibatkan banyak individu maupun kelompok orang untuk bersosialisasi bersama.

Gaya hidup seseorang bisa mengalami perubahan bergantung pada karakter dirinya sendiri. Generasi millennial terpengaruh atas dasar pergaulan dari media sosial yang diperoleh dari platform. Kemudian, generasi millennial tidak terbatas akan ruang dan waktu guna menggali informasi dan berinteraksi dengan sesama. Dengan begitu, mereka akan tetap melakukannya disituasi apapun. Terdapat kecenderungan bahwa generasi millennial lebih suka mendengarkan musik secara live dan hangout tidak heran apabila sarana seperti *coffee shop* ini selalu ramai karena itu semua bentuk dari perwujudan dunia sosialnya.

Faktor yang melatarbelakangi terjadinya kegiatan ngopi itu disebabkan oleh orang-orang yang mampu memanfaatkan waktu dengan baik seperti halnya, memanfaatkan kesempatan yang sudah tersedia untuk berkumpul bersama di dalam setiap tujuan yang sama sehingga terjalinlah suatu komunikasi dalam setiap interaksi yang dijalankan.

Adanya gaya hidup, kaum millennial menjadi tren yang digandrungi masyarakat tanpa disadari bahwa menimbulkan pengaruh terhadap globalisasi. Nongkrong menjadi tren baru bagi kaum ini, keberadaannya dapat merubah ritme gaya hidup. Teknologi juga mampu memberikan titik balik terhadap adanya pergaulan. Generasi millennial adalah generasi yang mampu dengan cepat menyaring, mencerna, memilah trend yang sedang diikuti dan dilakukan di dalam lingkungan masyarakat.

Dengan perkembangan zaman nongkrong memicu tingkat gaya hidup seseorang seperti *coffee shop*. Gaya hidup masyarakat millennial telah melekat pada dua hal yakni, aktivitas ngopi dan tren (kebiasaan) yang dilakukan oleh millennial. Maraknya *coffee shop* ditandai dengan tujuan tertentu seperti konsep harga yang terjangkau, dan iringan lantunan musik dengan sajian dan suasana modern yang menjadi daya tarik kaum millennial.

Budaya nongkrong berakar dengan millennial pada era saat ini. Maka peneliti menggunakan teori dari Peter L. Berger untuk mengkaji lebih dalam mengenai gaya hidup generasi millennial penggemar kopi *coffee shop* pitstop kopi. Teori ini mengungkapkan gagasannya, bahwa masyarakat kalangan millennial dipandang sebagai kenyataan ganda obyektif dan subyektif melalui tahap proses ketiga momen yakni meliputi, eksternalisasi, obyektivasi dan internalisasi. Realitas sosial dipahami sebagai konstruksi sosial yang dibuat oleh masyarakat itu sendiri. Berikut tahapan momen dialektika:

a. Momen eksternalisasi

Muda mudi millennial sebagai individu. Kemudian, dari pengalaman hidup millennial tersebut menjadi dasar atas kenyataan yang terbentuk di *coffee shop* sebagai wujud dari adaptasi, penerimaan serta penolakan terkait dengan *coffee shop* tersebut. Dengan begitu, maka kaum millennial melakukan adaptasi di lingkungan masyarakat dengan kebiasaan ngopi (nongkrong minum kopi) di *coffee shop* sehingga menyebabkan individu lahir melalui bahasa serta tindakan dan pentradisian dalam pengetahuan sosial yang dilakukan millennial atas keberadaan *coffee shop*.

b. Momen obyektivasi

Dalam tahapan kedua ini, eksternalisasi dari kaum millennial yakni bahwa kaum ini berada di sisi ini sedangkan realitasnya disisi lain. Sehingga *coffee shop* menjadi obyek kenyataan dari tempat untuk menikmati kopi dan sangat multifungsi yakni sarana yang digunakan dengan segala kebutuhan muda mudi millennial dimulai dari tempat nongkrong ghibah, diskusi sharing dan menjadi tempat gaming (bermain). *Coffee shop* juga menyediakan tidak hanya dalam bentuk free wifi namun terdapat musholla dan toilet juga apabila ingin melakukan suatu ibadah. Oleh karena itu, maka millennial tersebut sangat betah berlama-lama nongki di Pitstop kopi.

c. Tahap internalisasi

Sedangkan dalam internalisasi yakni *coffee shop* Desa Suci yang menjadikan objek dan kemudian akan direalisasikan secara subyektif oleh millennial kenyataannya proses internalisasi adalah dengan terbentuknya

identitas yang dianggap sebagai kunci dari kenyataan subyektif dialektika dengan respon dari kebutuhan masyarakat terutama generasi millennial adalah *coffee shop*. Oleh karena itu, didalam suatu kontruksi sosial terdapat tahap proses internalisasi yang telah diperoleh individu melalui sosialisasi primer dan sekunder.

Dalam sosioalisasi primer adalah sosialisasi yang dialami individu pada waktu masih kecil disaat dalam memasuki dunia sosial pada individu yang bagaimana individu nantinya mengalami adanya dunia sosial di lingkungan sekitar Desa Suci terhadap gaya hidup generasi millennial dalam hal menggemari *coffee shop* pitstop Sedangkan dalam sosialisasi sekunder adalah sosialisasi yang dialami individu pada waktu usia dewasa dalam memasuk dunia publik atau dunia dalam lingkungan yang lebih luas terhadap gaya hidup yang dilakukan oleh generasi millennial penggemar *coffee shop* pitstop kopi.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, peneliti memperoleh kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian terkait dengan gaya hidup generasi millennial penggemar kopi *coffeeshop* Pitstop Kopi yakni:

Dengan adanya *coffee shop* menjadikan masyarakat terutama generasi millennial lebih leluasa untuk menggunakan waktu luangnya tidak hanya sebagai nongkrong, akan tetapi bisa digunakan sebagai tempat bertukar pikiran, *meeting*, diskusi, *sharing*, *gibah (rasan-rasan)*, dan bermain game tidak hanya itu semua bisa dilakukan karena *coffee shop* sudah banyak dikenal oleh generasi millennial dengan sebutan rumah kedua baginya. Bagi generasi millennial bisa menjadikan *coffee shop* menjadi tempat multifungsi. Jadi, tidak monoton dengan keadaan yang terlalu formal namun isinya masih bisa tersampaikan dengan baik.

Dengan aktivitas yang telah dilakukan oleh kaum millennial tersebut sehingga menciptakan sebuah realitas sosial berupa karya-karya tidak hanya sebagai tempat pusat interaksi sosial. Terdapat faktor pembentuk gaya hidup baru bagi generasi millennial penggemar kopi yakni, faktornya dari diri kita masing-masing bagaimana kita mampu mengolah dan memilah baik serta buruknya suatu keadaan yang ada. Pastinya, bergaya sesuai dengan kemampuan bukan sesuai dengan keadaan. Karena gaya hidup itu mencerminkan diri sehingga faktor gaya hidup bisa disesuaikan dengan kemauan kita ke arah vibes positif ataupun negatif tergantung tujuannya.

Gaya hidup tidak selalu monoton dengan gaya hidup yang bersifat hedonis, karena tidak semua generasi millennial terpaku pada gaya hidup yang mewah dan sempurna.

Generasi millennial mengkonstruksi masyarakat dengan berbagai tindakan yang dilakukan secara terus menerus dan berulang. Tindakan itu berupa kegiatan nongkrong bersama, diskusi, dan berkarya. Sehingga masyarakat akan selalu mewajibkan untuk datang dan berkunjung di *coffee shop* pitstop kopi tersebut.

B. Saran

Adapun manfaat atau saran yang ingin disampaikan diharapkan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi para generasi millennial, agar bisa membagi waktu antara keadaan belajar mengerjakan tugas akademik dan non akademik dengan mengakhiri waktu luang di *coffee shop*.
2. Bagi pemilik *coffee shop* agar merekomendasikan jam malam kunjungan untuk kaum millennial dengan berstatus sekolah dan untuk para staff pegawainya disarankan untuk lebih bisa meningkatkan pelayanan dengan cara selalu memberikan senyuman untuk semua pelanggan yang berkunjung.
3. Saran bagi orang tua agar selalu memberi pengawasan serta nasehat untuk anaknya dalam mengurangi berkunjung ke *coffee shop* di jam malam.

DAFTAR PUSTAKA

Ali dan Lilik Purwandi. 2007. *Millenial Nusantara Pahami Karakternya, Rebut simpatinya* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama).

Ali Hasanuddin, 2020, "*Indonesia Gen z and Millenial Report: Alvara Research Center*", (Jakarta Selatan: PT Alvara Strategi Indonesia)

Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*(Jakarta: Rineka Cipta)

David Chaney. 1996.*life style sebuah pengantar komperhensif* (Yogyakarta: Jalasutra)

Departemen Agama Republik Indonesia. 2017. *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Indonesia: Tim penerbit Sahifa)

Fatmawati, Endang.2010. "*Pergeseran Paradigma Perpustakaan Generasi Millenial*".

Gymnastiar, Zara Alkharisma. *Konsep Diri dan Gaya Hidup Pada Remaja yang Gemar Kongkow di Palembang* (Universitas-Sriwijaya Indralaya)

Herlyana, Elly. 2012. *Jurnal Fenomena Coffee shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*, *Thaqafiyat* Vol.13 No. 1

Hirzianto, Shidqi.*Pengaruh Kulaitas terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen di Kafe Ruang Kopi Bogor* (Skripsi-Universitas Pertanian Bogor)

Kresdianto, Dwi."*Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Fashion Pakaian pada Mahasiswa di FakultasPsikologi UIN Maliki Malang*".

Moelong, Lexy.2000.*Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosda Karya)

Nurazizi, Reza Dwiyan.*Kedai Kopi dan Gaya Hidup Konsumen (Analisis Simulacrum Jean P Bauldrillard tentang Gaya Hidup Ngopi di Excelso)* (Skripsi-Universitas Brawijaya Malang)

Panggabean, E. 2010. *Buku Pintar kopi* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama)

Perwita, Kiki Diah.*Analisis Costomer Relantions Kedai kopi Espresso Bar di Yogyakarta dalam Meningkatkan dan Mempertahankan Konsumen* (Skripsi-Universitas Pembangunan Nasional Veteran yogyakarta).

Peter L. Berger & Thomas Luckmann.1990.*Tafsir Sosial atas Kenyataan*. Jakarta: LP3ES.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta)

Syaifullah, Ahmad. *Perubahan Makna Nongkrong, (Studi Kasus Interaksi Sosial Mahasiswa di Kafe Blandongan)*(Skripsi-Universitas Islam Negeri Sunan KalijagaYogyakarta)

Wardah, Rafika Mustaqimah.*Tren Kafe Sebagai Penanda Identitas Kelas Sosial* (Skripsi-Universitas Negeri Alaudin Makassar)



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A