

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada tahap perkembangan awal budaya minum kopi, aktivitas hanya dilakukan di rumah atau kedai kopi konvensional. Awalnya, kedai-kedai tersebut hanya berfungsi sebagai tempat pertemuan sosial sederhana tanpa sentuhan modernisasi atau variasi konsep. Namun, seiring berkembangnya zaman, aktivitas ngopi menjadi salah satu kegiatan yang rutin dilakukan oleh para Gen Z. Hal tersebut terbukti dengan adanya kedai kopi yang semakin menjamur, dalam aktivitasnya pun pengunjung tidak hanya duduk dan menyeruput kopi, tetapi juga melibatkan interaksi sehingga mereka nyaman berlama-lama di kedai kopi tersebut (Azzahra et al., 2023).

Ngopi atau aktivitas berkumpul sambil menikmati kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup yang semakin populer di kalangan Gen Z. Survei Jakpat yang dilaporkan oleh Suara.com pada April 2024, sebanyak 66% Gen Z mengaku minum kopi setiap hari, baik sekali maupun beberapa kali, sementara 55% Milenial hanya sesekali. Survei terbaru Jakpat (PT Gongsin International Transindo) yang dirilis pada 21 Mei 2025 menyoroti tren konsumsi kopi di Indonesia, khususnya di kalangan Gen Z. Survei tersebut menunjukkan bahwa preferensi waktu minum kopi cukup bervariasi. 35% responden memilih untuk menikmati kopi di sore hingga malam hari (pukul 18.01–21.00), sementara 34% lainnya lebih suka minum kopi di pagi hari setelah sarapan.

Kedai kopi saat ini dianggap sebagai bagian dari tren gaya hidup, terutama di kalangan Gen Z. Survei terkini dari GoodStats, yang berlangsung pada 15-28 September 2024, mengungkap berbagai pola menarik terkait preferensi masyarakat Indonesia terhadap kedai kopi dan jenis kopi favorit mereka. Survei ini menggunakan metode daring dengan melibatkan 1.000 responden. Sebagian (Fundarika, 2024) besar peserta, sekitar 45,9%, berasal dari kelompok usia 18-24 tahun (Gen Z). Pemilihan responden dilakukan secara acak, dengan panel survei yang difasilitasi langsung oleh GoodStats. Menariknya, mayoritas responden menilai fasilitas penunjang *work from café*, seperti colokan listrik (23%), Wi-Fi (21%), dan AC (17%), sebagai faktor utama dalam memilih kedai kopi, selain konsep kedai yang unik.

Hasil survei secara keseluruhan mengungkap bahwa kebiasaan mengonsumsi kopi di kalangan masyarakat Indonesia, khususnya Gen Z, telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup. Dalam tiga tahun terakhir, berbagai kedai kopi dengan konsep unik dan estetis semakin banyak bermunculan. Tempat-tempat ini dirancang dengan desain yang menarik, nyaman, dan sesuai tren masa kini, sehingga tidak hanya menawarkan pengalaman menikmati kopi, tetapi juga menciptakan suasana yang mendalam bagi para pengunjung. Upaya tersebut dilakukan untuk menarik minat pelanggan dari kalangan Gen Z yang terus mengikuti perkembangan kebiasaan baru di masyarakat (Azzahra et al., 2023).

Kedai kopi telah menjadi semakin populer dalam satu dekade terakhir karena suasananya yang santai dan terbuka. Dibandingkan dengan restoran, pub,

atau jaringan makanan cepat saji, kedai kopi menawarkan atmosfer yang tenang dan nyaman, cocok untuk bersantai bersama keluarga atau teman. Lokasinya yang strategis dan suasana yang unik membuatnya menjadi tempat berkumpul yang diminati. Selain itu, suasana yang minim tekanan menjadikan pengalaman di kedai kopi lebih bermakna. Berdasarkan wawancara dengan Gen Z, mereka menganggap minum kopi sebagai bagian dari gaya hidup dan budaya yang mendukung kebutuhan sosial untuk berinteraksi dalam situasi yang rileks (Malini, 2021).

Pola hubungan sosial mereka di kedai kopi mencerminkan nilai-nilai kebersamaan, solidaritas, dan adaptasi terhadap perubahan zaman. Kebiasaan "ngopi" saat ini mencerminkan identitas sosial Gen Z. Kedai kopi menjadi simbol gaya hidup modern yang menunjukkan status sosial dan preferensi individu. Gen Z yang sering kali menggunakan tempat ini untuk menunjukkan citra diri mereka kepada teman sebaya dan masyarakat luas (Mariana, 2023).

Kedai kopi menyediakan tempat bagi terjadinya interaksi dan komunikasi antara pengunjung, pemilik, hingga pelayan. Dengan demikian, kedai kopi telah berkembang menjadi ruang publik yang sesungguhnya, baik dalam dimensi fisik maupun nonfisik. Tempat ini tidak hanya memungkinkan terbentuknya komunitas-komunitas baru, tetapi juga menjadi ruang bagi komunitas yang sudah ada untuk berkembang. Hal ini mendorong Gen Z untuk bergabung dengan komunitas yang ada atau bahkan membentuk komunitas baru melalui interaksi sosial yang tercipta (Igiassi, 2017).

Pada era ini, Gen Z mulai aktif bergabung dengan berbagai organisasi di masyarakat. Mereka melakukannya agar dapat memperluas pergaulan dan belajar berinteraksi dengan lebih banyak orang. Gen Z memiliki alasan yang beragam, ada yang gabung karena punya hobi yang sama, ataupun memiliki suatu pemikiran yang sama. Untuk memenuhi keinginannya orang-orang terutama Gen Z sering membuat klub atau kelompok tertentu salah satunya dengan membentuk sebuah komunitas. Tujuannya adalah menyatukan banyak orang dalam satu tujuan yang sama (Daeli, 2016).

Salah satunya Kedai Kopi Atelir Ceremai yang memiliki slogan “Kedai, Kerja, Kolektif” secara sederhana memiliki arti bahwa Kedai Kopi Atelir Ceremai diharapkan dapat menjadi ruang kolektif seni yang inklusif, kritis, dan kosmopolitan bagi generasi muda di tengah kehidupan urban Rawamangun, Jakarta. Tempat ini dirancang sebagai tempat untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan setiap orang, sekaligus menyediakan ruang bebas bagi siapa saja untuk mengekspresikan dirinya tanpa batasan. Tujuan Atelir Ceremai adalah menjadi tempat kreatifitas dan inklusif yang mendorong semangat kebersamaan, inovasi, dan pemberdayaan komunitas.

Artinya Atelir Ceremai sadar bahwa kedai kopi bukan lagi hanya sebatas tempat menikmati kopi, tapi ada eksistensi yang dicari khususnya di kalangan Gen Z. Di kedai kopi Atelir Ceremai, banyak kegiatan yang dilakukan oleh pengunjung dari berbagai latar belakang, status sosial, dan usia, terutama Gen Z. Dalam teori interaksi sosial, ada dua jenis utama interaksi, yaitu asosiatif dan disosiatif. Menurut Gillin dan Gillin, interaksi sosial menghasilkan dua proses

sosial: yang pertama, proses yang mengarah pada terbentuknya persatuan dan integrasi sosial (asosiatif), dan yang kedua, proses oposisi, yaitu perjuangan untuk melawan individu atau kelompok demi mencapai tujuan tertentu (disosiatif). Di antara keduanya, interaksi asosiatif lebih berperan dalam menciptakan keteraturan dalam Masyarakat. Interaksi sosial memungkinkan manusia menciptakan dinamika tersendiri dalam kehidupan. Dalam konteks bermasyarakat, interaksi sosial ini juga berperan dalam membentuk berbagai jenis kelompok, baik berdasarkan wilayah tempat tinggal, profesi, maupun minat dan hobi yang sama.

Dari observasi pendahuluan yang peneliti lakukan terdapat banyak bentuk pola interaksi asosiatif yang terjadi di Atelir Ceremai sehingga dapat terbentuk suatu komunitas, baik antara barista dengan pengunjung, pengunjung dengan pengunjung, ataupun pemilik dengan barista, bahkan pemilik dengan pengunjung. Interaksi sosial asosiatif dibagi ke dalam empat kelompok besar, yaitu kerjasama, akomodasi, akulturasi, dan asimilasi. Bentuk interaksi sosial asosiatif yang terlihat adalah ketika Atelir Ceremai melakukan kerja sama dengan beberapa penulis, pembuat film, dan masih banyak lagi. Rata-rata mereka adalah Gen Z yang berkisar kelahiran tahun 1997 – 2002 yang ingin memulai ataupun membentuk sebuah komunitas. Seperti pada bulan September 2024 terdapat komunitas yang baru terbentuk di Atelir Ceremai sebuah Band dengan nama kukudabukon, Band ini dapat terbentuk karena adanya interaksi sosial antara pengunjung dan pemilik kedai, serta antara sesama pengunjung yang mayoritas berasal dari kalangan Gen Z.

Pada bulan September hingga Oktober 2024, Atelir Ceremai juga mengadakan serangkaian kegiatan yang banyak melibatkan dan menciptakan sebuah komunitas seni, bertajuk “Festival Sastra Rawamangun.” acara ini didukung oleh Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kemendikbudristek, melalui Program Fasilitasi Penguatan Komunitas Sastra 2024. Beragam kegiatan seperti diskusi, lokakarya, latihan, dan mentoring digelar selama festival berlangsung. Dan, pada bulan Oktober 2023, Atelir Ceremai turut serta melaksanakan program PKN (Pekan Kebudayaan Nasional) dari Dirjen Kebudayaan, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Berbagai kegiatan digelar, seperti pameran lukisan, pertunjukan teater, peluncuran dan diskusi karya sastra, workshop seni, pemutaran film, dan pertunjukan musik.

Riset per November 2024, Kedai Kopi Atelir Ceremai telah menjadi ruang bagi Gen Z untuk terlibat dalam aktivitas kreatif, seperti seni, musik, dan sebagainya, sehingga terjadi pembentukan identitas dan komunitas seni. Hal tersebut kemudian membuktikan bahwa Gen Z adalah subjek yang tepat dalam penelitian ini. Acara-acara yang diadakan dilakukan oleh panitia yang tidak hanya oleh pemilik atau pekerja yang ada di Atelir Ceremai saja, tetapi melibatkan kerja sama dengan para pengunjung Gen Z yang memiliki keinginan yang besar untuk ikut bekerja sama dan memiliki jiwa-jiwa muda dengan semangat yang tinggi, dan kemauan yang besar untuk memulai.

Menurut Afifah (2024) Atelir Ceremai yang merupakan Kedai Kopi dengan berbagai aktivitas sosialnya dinilai dapat menjadi tempat bagi Gen Z, tidak hanya untuk menikmati secangkir kopi tetapi juga membangun komunitas

yang dapat saling berkolaborasi dan berbagi ide. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa Atelir Ceremai dapat menjadi objek penelitian untuk mengetahui bagaimana kedai kopi dapat berfungsi sebagai wadah terjadinya interaksi sosial dalam membangun suatu komunitas.

Menurut teori Gillin, pola interaksi sosial asosiatif menciptakan hubungan saling memberi pengaruh antara individu dalam kelompok sosial, di mana mereka secara aktif berinteraksi untuk membentuk struktur sosial yang saling mendukung. Pada Kedai Kopi Atelir Ceremai, Gen Z membentuk komunitas seni dengan cara berinteraksi dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan, seperti diskusi dan pembacaan karya sastra. Melalui pola interaksi yang terbentuk, mereka dapat berbagi pengalaman, ide, dan perspektif, yang mempererat ikatan sosial di antara mereka. Hal ini mengarah pada pembentukan solidaritas dalam komunitas, yang menciptakan suasana yang mendukung pengembangan kreativitas dan kolaborasi di kalangan anggotanya. Pola interaksi sosial asosiatif ini menjelaskan bagaimana Gen Z di Atelir Ceremai membangun komunitas seni yang kuat melalui komunikasi yang saling memengaruhi dan mendukung tujuan bersama.

Penelitian ini difokuskan untuk mengidentifikasi pola interaksi sosial yang terjadi di Kedai Kopi Atelir Ceremai pada Gen Z. Penulis tertarik meneliti ini karena Kedai Kopi Atelir Ceremai memiliki peranan yang lebih dalam daripada sekadar tempat menikmati kopi. Kedai kopi ini menjadi wadah bagi pola interaksi sosial asosiatif yang mendukung terbentuknya komunitas, sekaligus untuk memahami preferensi Gen Z dalam memilih tempat berinteraksi dan

membangun hubungan sosial. Berdasarkan pengamatan, mayoritas pengunjung Kedai Kopi Atelir Ceremai adalah Gen Z. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan judul "Bentuk Interaksi Asosiatif Gen Z Dalam Membangun Komunitas Seni Pada Kedai Kopi Di Atelir Ceremai".

B. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini tetap terfokus dan tidak meluas, penulis membatasi ruang lingkup masalah yang akan diteliti. Penelitian ini akan difokuskan pada analisis pola interaksi sosial yang terjadi di Atelir Ceremai, khususnya dalam konteks membangun dan memperkuat komunitas seni di kalangan Gen Z. Penelitian ini akan menyoroiti interaksi sosial asosiatif terutama di antara Gen Z, serta kegiatan yang diadakan oleh Atelir Ceremai yang mendukung dan membangun komunitas seni. Fokus penelitian ini tidak akan melibatkan aspek komersial atau operasional kedai kopi, melainkan lebih kepada kontribusinya dalam mempererat hubungan sosial dan membangun komunitas melalui interaksi sosial asosiatif yang terjadi di sana.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk interaksi sosial asosiatif Gen Z yang terjadi pada Kedai Kopi di Atelir Ceremai?
2. Apa saja faktor-faktor yang mendorong terjadinya interaksi sosial asosiatif Gen Z dalam membangun komunitas seni di Kedai Kopi Atelir Ceremai?

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini diharapkan memberikan sejumlah manfaat, di antaranya:

1. Manfaat Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan ilmiah tentang bentuk interaksi sosial asosiatif Gen Z dalam membangun komunitas seni di Atelir Ceremai. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi kajian serupa di masa mendatang serta memberikan masukan bagi pengelola komunitas seni dalam mengembangkan interaksi sosial yang relevan.

2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap skripsi ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi:

a. Pemilik Kedai Kopi

Sebagai panduan dalam merancang kegiatan atau program yang mendukung pola interaksi sosial asosiatif, guna menarik lebih banyak pengunjung serta memperluas jaringan komunitas seni di kalangan Gen Z.

b. Komunitas dan Pengunjung Gen Z

Memberikan wawasan mengenai peran kedai kopi sebagai tempat interaksi sosial yang dapat mempertemukan berbagai individu dan komunitas, dalam membangun komunitas seni.

c. Peneliti Lain

Sebagai referensi dan landasan untuk penelitian lebih lanjut terkait peran kedai kopi dalam membentuk pola interaksi sosial asosiatif dan komunitas seni Gen Z.