



KEGIATAN KONSUMSI KOPI SEBAGAI SIMBOL IDENTITAS SOSIAL MAHASISWA DI KAFE KOPICO, KOPI KENANGAN, DAN STARBUCKS MANADO

Clarissa Virginia Sinadia¹, Evelin J. R. Kawung², Cornelius Paat³

¹²³ Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado

ARTICLE INFO

Article history:

Received Juli 2026

Revised Juli 2026

Accepted Juli 2026

Available Juli 2026

csinadia57@gmail.com,
evelinkawung70@gmail.com,
paatjefrycorneliu@gmail.com

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Cahaya Ilmu Bangsa Institute*

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena konsumsi kopi yang tidak lagi terbatas pada pemenuhan kebutuhan fisik, tetapi telah menjadi bagian dari kehidupan sosial mahasiswa. Dalam konteks tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mahasiswa memaknai kegiatan konsumsi kopi sebagai simbol dalam pembentukan identitas sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang melibatkan sembilan informan mahasiswa di Kafe Kopico, Kopi Kenangan Cabang Bahu, dan Starbucks Cabang Malalayang Kota Manado. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, kemudian dianalisis melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memaknai kegiatan konsumsi kopi secara berbeda sesuai dengan pengalaman dan interaksi yang mereka lakukan di setiap kafe. Kopico lebih dimaknai sebagai ruang untuk membangun relasi sosial, Kopi Kenangan sebagai ruang yang mendukung aktivitas sosial dan akademik, sedangkan Starbucks lebih dimaknai sebagai ruang yang

memberikan kenyamanan untuk belajar. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa simbol dalam penelitian ini bukan terletak pada kopi maupun nama kafe, melainkan pada makna yang diberikan mahasiswa terhadap kegiatan konsumsi kopi. Makna tersebut kemudian menjadi simbol dalam pembentukan identitas sosial mahasiswa yang tercermin melalui aktivitas, interaksi, karakter, kebiasaan, dan gaya hidup mereka di lingkungan sosial. Dengan demikian, kegiatan konsumsi kopi tidak hanya menjadi aktivitas sehari-hari, tetapi juga menjadi simbol dalam pembentukan identitas sosial mahasiswa.

Kata Kunci: Konsumsi kopi, identitas sosial.

ABSTRACT

This research is based on the phenomenon that coffee consumption is no longer limited to fulfilling physical needs but has become part of students' social lives. In this context, the study aims to examine how students interpret coffee consumption activities as a symbol in the formation of their social identity. This research employed a qualitative method with a descriptive approach involving nine student informants from Kopico Café, Kopi Kenangan Bahu Branch, and Starbucks Malalayang Branch in Manado. Data were collected through observation, interviews, and documentation, and were analyzed using data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings show that students interpret coffee consumption activities differently based on their experiences and interactions in each café. Kopico is mainly interpreted as a place to build social relationships, Kopi Kenangan as a space that supports both social and academic activities, while Starbucks is interpreted as a comfortable place for studying. The study



also found that the symbol in this research does not lie in the coffee itself or the café chosen, but in the meaning that students attach to their coffee consumption activities. This meaning becomes a symbol in the formation of students' social identity, reflected in their activities, interactions, personal characteristics, habits, and lifestyle within their social environment. Therefore, coffee consumption is not only an everyday activity but also serves as a symbol in the formation of students' social identity.

Keywords: *Coffee consumption, social identity.*

1. PENDAHULUAN

Budaya konsumsi kopi mengalami perubahan yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Kopi tidak lagi diposisikan hanya sebagai minuman untuk memenuhi kebutuhan fisiologis, tetapi telah berkembang menjadi bagian dari praktik sosial yang melekat pada kehidupan masyarakat modern. Pertumbuhan kedai kopi di berbagai kota, termasuk Manado, menunjukkan bahwa aktivitas mengonsumsi kopi semakin banyak dilakukan di ruang publik. Perubahan tersebut memperlihatkan bergesernya fungsi kafe dari tempat konsumsi menjadi ruang yang mempertemukan individu untuk belajar, berdiskusi, bekerja, membangun relasi, maupun menghabiskan waktu luang. Aktivitas yang berlangsung di dalamnya menghasilkan berbagai bentuk interaksi yang memungkinkan individu membangun makna terhadap dirinya dan lingkungan sosialnya.

Mahasiswa menjadi salah satu kelompok yang paling intens memanfaatkan ruang kafe sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Kafe digunakan untuk menyelesaikan tugas perkuliahan, melaksanakan diskusi akademik, mengadakan pertemuan organisasi, hingga memperluas jaringan pertemanan. Intensitas interaksi tersebut menunjukkan bahwa ruang kafe telah bertransformasi menjadi ruang sosial yang memberi kesempatan kepada mahasiswa untuk menampilkan diri, membangun hubungan sosial, serta memperoleh pengakuan dari lingkungan sekitarnya. Aktivitas konsumsi kopi akhirnya tidak lagi dipahami sebagai tindakan ekonomi semata, tetapi menjadi bagian dari proses sosial yang mengandung makna simbolik.

Kajian sosiologi menjelaskan bahwa identitas sosial terbentuk melalui hubungan yang dibangun individu dengan kelompok sosialnya. Anna dan Setiawan (2024) menjelaskan bahwa perilaku individu tidak dapat dipisahkan dari keanggotaannya dalam kelompok sosial karena interaksi yang berlangsung di dalam kelompok tersebut membentuk cara individu memahami dirinya. Tajfel memandang identitas sosial sebagai bagian dari konsep diri yang lahir dari pengetahuan individu mengenai keanggotaannya dalam suatu kelompok beserta nilai dan makna emosional yang melekat pada keanggotaan tersebut (Afif, 2014). Identitas sosial juga bersifat dinamis karena terus berkembang mengikuti pengalaman, perubahan lingkungan sosial, serta hubungan yang dibangun individu dengan kelompok lain (Permatasari et al., 2020; Wibisono & Sasia, 2020; Rahayu, 2024).

Perkembangan identitas sosial pada masyarakat modern berjalan beriringan dengan perubahan pola konsumsi. Aktivitas konsumsi tidak lagi berorientasi pada pemenuhan kebutuhan, tetapi juga menjadi media untuk merepresentasikan gaya hidup, status sosial, serta citra diri. Damsar (2018) menjelaskan bahwa konsumsi memiliki dimensi sosial karena dipengaruhi oleh hubungan antarmanusia dan nilai-nilai yang berkembang dalam masyarakat. Suyanto (2013) menambahkan bahwa masyarakat modern memanfaatkan konsumsi sebagai sarana menampilkan identitas melalui gaya hidup. Pandangan tersebut sejalan dengan pemikiran Jean Baudrillard yang

menjelaskan bahwa individu mengonsumsi suatu barang bukan hanya karena nilai gunanya, tetapi juga karena nilai simbolik yang melekat pada barang tersebut. Rahadania (2024) memperkuat pandangan tersebut dengan menjelaskan bahwa konsumsi dapat merepresentasikan status, identitas, serta gaya hidup seseorang. Perspektif ini memperlihatkan bahwa aktivitas mengonsumsi kopi di kafe dapat dipahami sebagai praktik sosial yang menghasilkan simbol-simbol identitas.

Pemaknaan simbol dalam aktivitas konsumsi kopi dapat dijelaskan melalui teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead. Teori ini memandang bahwa kehidupan sosial terbentuk melalui proses interaksi yang menggunakan simbol-simbol bermakna. Mead menjelaskan tiga konsep utama, yaitu *mind*, *self*, dan *society*. *Mind* menunjukkan kemampuan individu memahami makna simbol yang digunakan dalam interaksi sosial, *self* menggambarkan proses pembentukan diri melalui respons orang lain, sedangkan *society* merupakan lingkungan sosial yang membentuk cara individu berpikir dan bertindak (Ritzer, 2018; Arisandi, 2015). Aktivitas konsumsi kopi dipahami sebagai proses ketika mahasiswa memberikan makna terhadap pilihan tempat, jenis minuman, pola interaksi, maupun pengalaman sosial yang diperoleh selama berada di ruang kafe. Makna tersebut kemudian berkontribusi terhadap pembentukan identitas sosial.

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa budaya konsumsi kopi memiliki dimensi sosial yang semakin kuat. Iqbal et al. (2024) menemukan bahwa aktivitas nongkrong mahasiswa tidak lagi bertujuan memenuhi kebutuhan konsumsi, tetapi telah berkembang menjadi media pembentukan identitas sosial, ekspresi diri, peningkatan gengsi, serta representasi diri di media sosial. Pramasari et al. (2024) menjelaskan bahwa pemilihan kafe dipengaruhi oleh kenyamanan, kualitas produk, fasilitas, harga, serta tujuan sosial yang ingin dicapai pengunjung. Faizin et al. (2025) menunjukkan bahwa budaya ngopi di Kota Malang membentuk makna simbolik yang berkaitan dengan solidaritas sosial, identitas budaya, dan praktik kehidupan sehari-hari masyarakat. Keseluruhan penelitian tersebut memperlihatkan bahwa aktivitas konsumsi kopi telah bergeser menjadi praktik sosial yang sarat makna.

Perhatian penelitian sebelumnya masih terpusat pada budaya nongkrong, perilaku konsumsi, pertimbangan memilih kafe, serta konstruksi budaya ngopi dalam masyarakat. Hubungan antara konsumsi kopi, proses interaksi simbolik, dan pembentukan identitas sosial mahasiswa pada ruang kafe dengan karakteristik yang berbeda belum memperoleh perhatian secara khusus. Kekosongan tersebut menunjukkan bahwa pemaknaan mahasiswa terhadap aktivitas konsumsi kopi sebagai simbol identitas sosial masih memerlukan penjelasan yang lebih mendalam.

Penelitian ini memandang konsumsi kopi sebagai praktik simbolik yang dibentuk melalui pengalaman interaksi mahasiswa di ruang publik. Analisis dilakukan pada tiga kafe yang memiliki karakteristik berbeda, yaitu Kopico sebagai representasi kafe lokal, Kopi Kenangan sebagai representasi merek nasional, dan Starbucks sebagai representasi merek global. Perbedaan karakteristik ruang tersebut dipilih untuk menjelaskan bagaimana lingkungan sosial yang berbeda memengaruhi proses pembentukan makna terhadap aktivitas konsumsi kopi sekaligus pembentukan identitas sosial mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana mahasiswa memaknai kegiatan konsumsi kopi sebagai simbol dalam pembentukan identitas sosial di Kafe Kopico, Kopi Kenangan, dan Starbucks Kota Manado.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami secara mendalam bagaimana mahasiswa memaknai kegiatan konsumsi kopi sebagai simbol identitas sosial. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan fenomena sosial berdasarkan pengalaman, interaksi, dan makna yang dibangun mahasiswa dalam aktivitas



konsumsi kopi di ruang kafe. Analisis difokuskan pada proses pembentukan identitas sosial melalui praktik konsumsi kopi dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian dilaksanakan di tiga kedai kopi di Kota Manado, yaitu Kopico, Kopi Kenangan, dan Starbucks. Pemilihan lokasi dilakukan secara sengaja dengan mempertimbangkan karakteristik masing-masing kedai yang merepresentasikan kafe lokal, *brand* nasional, dan *brand* global. Perbedaan karakteristik tersebut memberikan konteks yang beragam untuk memahami bagaimana ruang konsumsi memengaruhi pembentukan makna dan identitas sosial mahasiswa. Subjek penelitian adalah mahasiswa yang melakukan aktivitas konsumsi kopi di ketiga kafe tersebut dan dipilih karena memiliki pengalaman yang relevan dengan fokus penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengamati aktivitas konsumsi kopi, pola interaksi, pemanfaatan ruang sosial, serta berbagai simbol yang ditampilkan mahasiswa ketika berada di kafe. Wawancara mendalam dilakukan untuk menggali pengalaman, alasan memilih kedai kopi, kebiasaan konsumsi, serta makna yang diberikan informan terhadap aktivitas konsumsi kopi sebagai bagian dari identitas sosial. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara.

Analisis data mengacu pada model interaktif Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Proses analisis dilakukan secara berkelanjutan sejak tahap pengumpulan data sehingga setiap informasi yang diperoleh dapat diseleksi, dikelompokkan, dan diinterpretasikan sesuai dengan fokus penelitian. Tahapan tersebut memungkinkan peneliti mengidentifikasi pola, hubungan antartemuan, dan makna yang muncul dari pengalaman mahasiswa dalam aktivitas konsumsi kopi.

Keabsahan data diuji melalui uji kredibilitas dengan menerapkan triangulasi dan *member check*. Triangulasi dilakukan melalui triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu untuk membandingkan konsistensi informasi yang diperoleh dari berbagai informan, teknik pengumpulan data, serta waktu pengumpulan data. *Member check* dilakukan dengan mengonfirmasi kembali hasil wawancara dan interpretasi peneliti kepada informan sehingga data yang digunakan tetap sesuai dengan pengalaman dan makna yang mereka sampaikan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemaknaan Kegiatan Konsumsi Kopi dalam Kehidupan Mahasiswa

Kegiatan konsumsi kopi di kalangan mahasiswa menunjukkan perubahan fungsi dari aktivitas konsumsi menjadi praktik sosial yang terintegrasi dengan kehidupan akademik dan kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa mahasiswa tidak lagi mengunjungi kafe hanya untuk menikmati kopi, tetapi juga untuk belajar, mengerjakan tugas, berdiskusi, membangun relasi, maupun melepas kejenuhan setelah menjalani aktivitas perkuliahan. Pola tersebut menunjukkan bahwa nilai yang dicari mahasiswa tidak lagi bertumpu pada produk yang dikonsumsi, melainkan pada pengalaman sosial yang diperoleh selama berada di ruang kafe. Aktivitas konsumsi kopi akhirnya berkembang menjadi bagian dari rutinitas yang memberikan makna lebih luas daripada sekadar memenuhi kebutuhan konsumsi.

Pemaknaan tersebut dibentuk melalui pengalaman yang berbeda pada setiap ruang konsumsi. Karakter ruang yang dimiliki Kopico mendorong mahasiswa membangun interaksi yang lebih intensif melalui diskusi, bertukar pengalaman, dan memperluas jaringan pertemanan.

Intensitas pertemuan yang berlangsung secara berulang menciptakan kedekatan emosional antara mahasiswa dengan ruang tersebut, sehingga Kopico tidak hanya dipandang sebagai tempat mengonsumsi kopi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang memberikan rasa nyaman untuk beraktivitas. Sebagian informan bahkan memaknai Kopico sebagai *rumah kedua* karena ruang tersebut telah menjadi bagian dari aktivitas keseharian mereka.

Pemaknaan yang berbeda ditemukan pada Kopi Kenangan. Mahasiswa lebih banyak menghubungkan pilihan terhadap kafe ini dengan kenyamanan tempat, harga yang relatif terjangkau, lokasi yang mudah dijangkau, serta kemampuannya mendukung aktivitas akademik. Kegiatan mengerjakan tugas, menyusun skripsi, berdiskusi, dan berkumpul bersama teman berlangsung dalam ruang yang sama tanpa menghilangkan fungsi rekreatifnya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan Kopi Kenangan sebagai ruang yang mampu menghubungkan produktivitas akademik dengan kebutuhan untuk tetap menjaga interaksi sosial. Kegiatan konsumsi kopi dipahami sebagai bagian dari rutinitas yang membantu mahasiswa menjalankan berbagai aktivitas secara bersamaan.

Karakter pemaknaan yang berbeda juga terlihat pada Starbucks. Suasana yang lebih tenang, fasilitas yang mendukung, dan lingkungan yang kondusif menjadikan kafe ini lebih banyak dimanfaatkan sebagai ruang belajar dan bekerja secara mandiri. Interaksi sosial tetap berlangsung, tetapi tidak menjadi aktivitas yang dominan sebagaimana ditemukan di Kopico. Pilihan mahasiswa terhadap Starbucks lebih banyak dipengaruhi oleh kebutuhan memperoleh ruang yang mampu meningkatkan konsentrasi dan kenyamanan selama menjalankan aktivitas akademik. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa menyadari adanya citra tertentu yang melekat pada Starbucks di lingkungan pergaulan. Meskipun demikian, alasan utama memilih kafe tersebut tetap didasarkan pada pengalaman belajar yang dirasakan lebih nyaman dibandingkan tempat lain.

Perbedaan pemaknaan pada ketiga kafe menunjukkan bahwa makna konsumsi kopi tidak dibentuk oleh produk maupun identitas kafe itu sendiri, melainkan oleh pengalaman yang diperoleh mahasiswa ketika berinteraksi di dalam ruang tersebut. Kopico dimaknai sebagai ruang yang memperkuat relasi sosial, Kopi Kenangan dipahami sebagai ruang yang menghubungkan aktivitas akademik dengan kebersamaan, sedangkan Starbucks dimaknai sebagai ruang yang menunjang produktivitas dan kenyamanan belajar. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa ruang konsumsi memiliki karakter sosial yang berbeda sehingga menghasilkan proses pemaknaan yang berbeda pula bagi setiap mahasiswa.

Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep *mind* dalam teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead yang menjelaskan bahwa makna terbentuk melalui proses interpretasi terhadap pengalaman sosial, bukan melekat secara langsung pada suatu objek (Ritzer, 2018; Arisandi, 2015). Kopi maupun kafe tidak secara otomatis memiliki arti tertentu bagi mahasiswa. Makna tersebut berkembang ketika mahasiswa secara terus-menerus berinteraksi dengan lingkungan kafe, menjalankan berbagai aktivitas, serta membangun hubungan dengan individu lain yang berada dalam ruang yang sama. Pengalaman tersebut kemudian membentuk cara mahasiswa memahami fungsi setiap kafe dalam kehidupan mereka sehingga pilihan terhadap Kopico, Kopi Kenangan, maupun Starbucks lebih mencerminkan hasil proses pemaknaan daripada sekadar preferensi terhadap produk yang dikonsumsi.

Pemaknaan yang dibangun mahasiswa memperlihatkan bahwa konsumsi kopi telah bergeser menjadi praktik sosial yang menghubungkan kebutuhan akademik, kebutuhan emosional, dan kebutuhan untuk berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Pergeseran tersebut menegaskan bahwa aktivitas konsumsi kopi bukan lagi dipahami sebagai tindakan konsumsi semata, tetapi sebagai proses pemberian makna terhadap ruang yang digunakan mahasiswa untuk menjalankan berbagai aktivitas sosial. Proses pemaknaan inilah yang selanjutnya menjadi dasar bagi terbentuknya simbol dan identitas sosial mahasiswa melalui kegiatan konsumsi kopi.



Konsumsi Kopi sebagai Simbol Pembentukan Identitas Sosial Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan konsumsi kopi telah berkembang menjadi praktik sosial yang memiliki makna simbolik dalam kehidupan mahasiswa. Simbol yang muncul dalam penelitian ini tidak terletak pada kopi sebagai produk maupun pada merek kafe yang dipilih, melainkan pada makna yang dibangun mahasiswa melalui aktivitas yang mereka lakukan ketika berada di ruang tersebut. Aktivitas seperti belajar, mengerjakan tugas, berdiskusi, membangun relasi, hingga menghabiskan waktu bersama teman menjadikan kegiatan konsumsi kopi sebagai media yang merepresentasikan cara mahasiswa menjalankan kehidupan sosialnya. Kondisi ini memperlihatkan bahwa makna simbolik terbentuk dari pengalaman yang terus berlangsung dalam interaksi sehari-hari, sehingga konsumsi kopi tidak lagi dipahami sebagai aktivitas konsumsi semata, tetapi sebagai praktik sosial yang mampu menunjukkan karakter serta kecenderungan perilaku mahasiswa dalam lingkungan pergaulannya.

Makna simbolik tersebut tidak muncul secara instan, tetapi berkembang melalui pengalaman yang berulang ketika mahasiswa menggunakan kafe sebagai bagian dari aktivitas kesehariannya. Intensitas kunjungan, jenis kegiatan yang dilakukan, serta hubungan sosial yang dibangun selama berada di kafe menghasilkan pemahaman tertentu terhadap ruang yang digunakan. Pengalaman tersebut kemudian membentuk asosiasi yang terus dipertahankan oleh mahasiswa sehingga setiap kafe memiliki makna yang berbeda sesuai dengan karakter aktivitas yang berkembang di dalamnya. Proses ini menunjukkan bahwa simbol lahir melalui pengalaman sosial yang terus direproduksi dalam kehidupan sehari-hari, bukan melalui atribut fisik yang dimiliki suatu kafe.

Karakter simbol yang terbentuk pada Kopico berkaitan dengan kuatnya interaksi sosial yang berlangsung di dalamnya. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa mahasiswa memanfaatkan kafe ini sebagai ruang untuk berdiskusi, bertukar informasi, memperluas jaringan pertemanan, serta menjalankan berbagai aktivitas organisasi maupun akademik secara bersama-sama. Intensitas interaksi tersebut menjadikan Kopico dipahami sebagai ruang yang identik dengan kebersamaan. Simbol yang kemudian melekat bukan berasal dari produk kopi yang disajikan, melainkan dari pengalaman kolektif mahasiswa yang menjadikan ruang tersebut sebagai tempat bertemunya berbagai aktivitas sosial. Persepsi tersebut diperkuat oleh adanya informan yang memaknai Kopico sebagai *rumah kedua*, yang menunjukkan bahwa hubungan mahasiswa dengan ruang konsumsi telah melampaui fungsi ekonominya dan berkembang menjadi bagian dari kehidupan sosial sehari-hari.

Pemaknaan simbolik pada Kopi Kenangan menunjukkan karakter yang berbeda. Ruang ini lebih banyak dipahami sebagai tempat yang mampu menghubungkan aktivitas akademik dengan kebutuhan untuk tetap menjaga hubungan sosial. Mahasiswa memilih Kopi Kenangan karena kenyamanan tempat, harga yang relatif terjangkau, lokasi yang mudah dijangkau, serta suasana yang mendukung penyelesaian tugas dan kegiatan belajar. Aktivitas akademik berlangsung berdampingan dengan kegiatan berkumpul bersama teman tanpa menimbulkan batas yang tegas antara keduanya. Pengalaman tersebut melahirkan simbol bahwa kegiatan konsumsi kopi dapat berjalan seiring dengan produktivitas akademik. Pilihan terhadap Kopi Kenangan akhirnya tidak hanya menunjukkan kebiasaan mengonsumsi kopi, tetapi juga mencerminkan pola kehidupan mahasiswa yang berusaha menyeimbangkan tuntutan akademik dengan kebutuhan untuk tetap berinteraksi dalam lingkungan sosialnya.

Makna simbolik yang ditemukan pada Starbucks memiliki karakter yang lebih kompleks karena melibatkan pengalaman pribadi mahasiswa sekaligus penilaian yang berkembang di lingkungan sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memilih Starbucks terutama karena suasana yang lebih tenang, fasilitas yang mendukung, dan kenyamanan yang dirasakan ketika belajar maupun mengerjakan pekerjaan secara mandiri. Pilihan tersebut berangkat dari

kebutuhan memperoleh ruang yang mampu meningkatkan konsentrasi sehingga produktivitas menjadi alasan utama dalam menentukan tempat konsumsi. Pada saat yang sama, mahasiswa juga menyadari adanya anggapan di lingkungan sosial bahwa Starbucks identik dengan gaya hidup modern maupun kondisi ekonomi tertentu karena harga produknya relatif lebih tinggi dibandingkan kafe lainnya. Perbedaan antara pengalaman informan dan persepsi lingkungan menunjukkan bahwa simbol tidak hanya dibentuk oleh individu yang menjalankan aktivitas tersebut, tetapi juga oleh cara masyarakat memberikan makna terhadap tindakan individu.

Perbedaan karakter simbol pada ketiga kafe memperlihatkan bahwa identitas yang muncul tidak dibangun oleh nama kafe ataupun jenis kopi yang dikonsumsi. Kopico lebih banyak melahirkan simbol yang berkaitan dengan relasi sosial, Kopi Kenangan menunjukkan simbol keseimbangan antara produktivitas dan kebersamaan, sedangkan Starbucks lebih sering dikaitkan dengan produktivitas individual serta citra tertentu yang berkembang dalam lingkungan sosial. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa ruang konsumsi menghasilkan pengalaman sosial yang berbeda sehingga simbol yang terbentuk juga tidak seragam. Temuan ini sekaligus memperlihatkan bahwa simbol merupakan hasil interpretasi terhadap pengalaman yang dialami mahasiswa selama menggunakan ruang tersebut, bukan karakter yang melekat secara tetap pada setiap kafe.

Keberagaman simbol tersebut memperlihatkan bahwa kegiatan konsumsi kopi telah menjadi bagian dari gaya hidup mahasiswa. Hasil wawancara menunjukkan bahwa aktivitas mengunjungi kafe dilakukan secara berulang sebagai bagian dari rutinitas setelah perkuliahan maupun ketika menyelesaikan berbagai tugas akademik. Rutinitas tersebut membuat kegiatan konsumsi kopi tidak lagi dipandang sebagai aktivitas sesaat, tetapi berkembang menjadi kebiasaan yang melekat dalam kehidupan mahasiswa. Kebiasaan yang terus berlangsung ini memperkuat makna simbolik karena setiap pengalaman baru akan mempertegas hubungan antara mahasiswa dengan ruang yang mereka pilih. Semakin sering interaksi berlangsung, semakin kuat pula simbol yang terbentuk terhadap aktivitas konsumsi tersebut.

Simbol yang berkembang melalui kebiasaan tersebut kemudian menjadi dasar dalam pembentukan identitas sosial mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa tidak hanya menggunakan kafe sebagai tempat melakukan aktivitas, tetapi juga sebagai ruang untuk menampilkan dirinya dalam lingkungan sosial. Pilihan terhadap ruang tertentu, cara memanfaatkan fasilitas, serta pola interaksi yang dibangun selama berada di kafe menjadi bagian dari proses mahasiswa memperlihatkan karakter dirinya kepada orang lain. Identitas yang terbentuk bukan merupakan sesuatu yang bersifat tetap, melainkan terus berkembang mengikuti pengalaman sosial yang diperoleh melalui aktivitas konsumsi kopi dalam kehidupan sehari-hari.

Proses pembentukan identitas tersebut terlihat dari bagaimana mahasiswa memandang dirinya berdasarkan pengalaman yang diperoleh ketika berada di kafe. Mahasiswa yang lebih banyak melakukan aktivitas diskusi dan membangun relasi di Kopico memaknai dirinya sebagai bagian dari lingkungan yang aktif berinteraksi. Mahasiswa yang memilih Kopi Kenangan memandang aktivitas konsumsi kopi sebagai cara untuk menjaga keseimbangan antara tuntutan akademik dan kehidupan sosial. Mahasiswa yang memilih Starbucks lebih banyak mengaitkan pilihannya dengan kebutuhan memperoleh ruang yang nyaman untuk belajar dan meningkatkan produktivitas. Perbedaan cara memandang diri tersebut menunjukkan bahwa identitas sosial berkembang melalui pengalaman yang berbeda pada setiap ruang konsumsi.

Identitas sosial yang terbentuk tidak hanya berasal dari pemahaman individu terhadap dirinya sendiri, tetapi juga dipengaruhi oleh penilaian yang diberikan oleh lingkungan sosial. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa mahasiswa menyadari adanya pandangan tertentu terhadap individu yang sering mengunjungi kafe tertentu. Penilaian tersebut terutama terlihat pada Starbucks yang sering diasosiasikan dengan gaya hidup modern maupun kondisi ekonomi tertentu. Temuan ini menunjukkan bahwa identitas sosial merupakan hasil hubungan timbal balik antara cara individu memaknai dirinya dengan cara lingkungan sosial memberikan makna terhadap tindakan yang dilakukan individu. Identitas kemudian tidak hanya dibangun dari dalam diri mahasiswa, tetapi juga melalui proses pengakuan dan interpretasi yang berkembang dalam lingkungan sosial tempat mereka berinteraksi.



Temuan tersebut memperlihatkan keterkaitan antara konsep *self* dan *society* dalam teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead sebagaimana dijelaskan oleh Ritzer (2018) dan Arisandi (2015). Konsep *self* menjelaskan bahwa individu membangun pemahaman mengenai dirinya melalui pengalaman interaksi dengan orang lain, sedangkan konsep *society* menunjukkan bahwa proses tersebut selalu berlangsung dalam lingkungan sosial yang memberikan makna terhadap tindakan individu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua konsep tersebut saling melengkapi dalam menjelaskan pembentukan identitas sosial mahasiswa. Pengalaman pribadi mahasiswa ketika melakukan kegiatan konsumsi kopi membentuk cara mereka memahami dirinya, sementara lingkungan sosial secara bersamaan menghasilkan penilaian yang memperkuat ataupun mengubah identitas tersebut melalui proses interaksi yang terus berlangsung.

Seluruh temuan penelitian menegaskan bahwa kegiatan konsumsi kopi merupakan praktik sosial yang menghubungkan pengalaman individu dengan lingkungan sosial tempat pengalaman tersebut berlangsung. Simbol yang muncul tidak melekat pada kopi sebagai komoditas maupun pada identitas kafe sebagai ruang fisik, tetapi dibentuk melalui makna yang dihasilkan dari aktivitas mahasiswa ketika memanfaatkan ruang tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Makna tersebut berkembang menjadi simbol, kemudian membentuk identitas sosial yang terus mengalami penyesuaian melalui interaksi yang berulang. Penelitian ini memperlihatkan bahwa konsumsi kopi telah menjadi salah satu medium bagi mahasiswa untuk membangun, menampilkan, sekaligus menegosiasikan identitas sosialnya dalam kehidupan kampus maupun lingkungan pergaulan yang lebih luas.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa kegiatan konsumsi kopi di kalangan mahasiswa telah mengalami perubahan makna dari aktivitas pemenuhan kebutuhan konsumsi menjadi praktik sosial yang berkaitan dengan pembentukan identitas sosial. Mahasiswa memanfaatkan kafe tidak hanya sebagai tempat untuk mengonsumsi kopi, tetapi juga sebagai ruang untuk belajar, berdiskusi, membangun relasi, mengerjakan tugas, serta menghabiskan waktu bersama teman. Pengalaman yang diperoleh melalui aktivitas tersebut membentuk makna yang berbeda terhadap setiap ruang konsumsi. Kopico lebih dimaknai sebagai ruang untuk membangun relasi sosial dan memperkuat interaksi antarmahasiswa, Kopi Kenangan dipahami sebagai ruang yang mendukung keseimbangan antara aktivitas akademik dan kehidupan sosial, sedangkan Starbucks lebih dimaknai sebagai ruang yang memberikan kenyamanan untuk belajar dan meningkatkan produktivitas. Perbedaan pemaknaan tersebut menunjukkan bahwa makna konsumsi kopi dibentuk oleh pengalaman dan interaksi sosial mahasiswa, bukan oleh produk maupun merek kafe yang dikunjungi.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa simbol dalam kegiatan konsumsi kopi tidak melekat pada kopi maupun nama kafe, tetapi pada makna yang diberikan mahasiswa terhadap aktivitas yang mereka lakukan di dalamnya. Makna tersebut kemudian berkembang menjadi simbol yang tercermin melalui pola interaksi, kebiasaan, karakter, serta gaya hidup mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari. Melalui proses interaksi yang berlangsung secara terus-menerus, kegiatan konsumsi kopi menjadi salah satu media bagi mahasiswa untuk membangun, menampilkan, dan memaknai identitas sosialnya. Temuan ini mempertegas bahwa pembentukan identitas sosial merupakan hasil dari proses pemberian makna yang lahir melalui interaksi sosial, sehingga kegiatan konsumsi kopi dapat dipahami sebagai praktik sosial yang memiliki dimensi simbolik dalam kehidupan mahasiswa.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji budaya konsumsi, ruang publik, dan identitas sosial dengan cakupan informan maupun konteks sosial yang lebih luas sehingga dapat memperkaya pemahaman mengenai dinamika pembentukan identitas dalam kehidupan masyarakat modern. Selain itu, pengelola kafe dapat mempertimbangkan pentingnya menciptakan ruang yang tidak hanya mendukung aktivitas konsumsi, tetapi juga mampu memfasilitasi interaksi sosial dan aktivitas akademik mahasiswa sebagai bagian dari fungsi sosial ruang publik.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani. (2012). *Sosiologi: Skematika, teori, dan terapan*. Bumi Aksara.
- Afif, A. (2014). *Teori identitas sosial*. Ull Press.
- Anna, A., & Setiawan, R. (2024). Pemisahan identitas sosial akun Instagram mahasiswa Pendidikan Sosiologi Untirta. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(1), 65-77. <https://doi.org/10.33627/es.v7i1.1962>
- Arisandi, H. (2015). *Buku pintar pemikiran tokoh-tokoh sosiologi dari klasik sampai modern*. IRCiSoD.
- Astuti, R. F., Rahayu, V. P., Mustangin, M., Dewi, R. R. C., & Rahmaniah, R. (2022). Analisis perilaku konsumsi melalui gaya hidup pada usia remaja. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 6(2), 232-241. <https://doi.org/10.22219/satwika.v6i2.22313>
- Damsar, & Indrayani. (2018). *Pengantar sosiologi ekonomi*. Kencana.
- Faizin, A., Khususyairi, J. A., & Afdholi, N. (2025). Konstruksi makna budaya ngopi Kopag (Kopi Pagi) masyarakat Kota Malang. *[Nama jurnal tidak tercantum]*, 4(2).
- Faojiah, R. S., Rahmah, D. M., Pramulya, R., Novita, E., & Sutrisno, A. (2025). Model dinamik produksi kopi berdasarkan pemenuhan total kebutuhan kopi Indonesia. *Jurnal Teknotan*, 19(2), 81-92. <https://doi.org/10.24198/jt.vol19n2.2>
- Iqbal, M. F., Handoyo, P., & Harianto, S. (2024). Nongkrong dalam perspektif dramaturgi Erving Goffman. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 13(1), 1-12. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v13i1.65282>
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (n.d.). *Konsumsi*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konsumsi>
- Maulana, A., & Tukino, T. (2023). Analisis kualitas website E-ATB dengan metode WebQual 4.0. *Jurnal Desain dan Analisis Teknologi*, 2(2), 150-159. <https://doi.org/10.58520/jddat.v2i2.33>
- Martono, N. (2018). *Sosiologi perubahan sosial: Perspektif klasik, modern, posmodern, dan poskolonial*. Rajawali Pers.
- Mudiarta, K. G. (2011). Perspektif dan peran sosiologi ekonomi dalam pembangunan ekonomi masyarakat. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 29(1), 55-66. <https://doi.org/10.21082/fae.v29n1.2011.55-66>
- Novi Reza Pramasari, Wildan Wardhani, & Agus Eko Sujianto. (2024). Budaya ngopi: Pola konsumsi konsumen kafe, kedai kopi dan warung kopi di Kabupaten Tulungagung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6). <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.1531>
- Permatasari, N. I., Pratiwi, M. R., & Muna, N. (2020). Identitas sosial dan hedonisme di laman pribadi selebgram. *Channel: Jurnal Komunikasi*, 8(2), 99-108. <https://doi.org/10.12928/channel.v8i2.16084>
- Prayer, A. (2025). Politik identitas dalam pemilu: Studi kasus pemilihan umum di daerah multikultural. *Jurnal Sociopolitico*, 7(1), 89-94. <https://doi.org/10.54683/sociopolitico.v7i1.182>
- Putria, A., Riyanti, R., & Rosidah, S. Y. (2023). Mengenal identitas nasional Indonesia sebagai jati diri bangsa di era 4.0. *Advances in Social Humanities Research*, 1(4), 220-224. <https://doi.org/10.46799/adv.v1i4.22>
- Rahayu, S. (2024). "Mas-mas Jawa supremacy": Identitas pria Jawa sebagai kriteria pasangan ideal



- pada tren media sosial. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 18(3), 2138-2148. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i3.3372>
- Ritzer, G. (2018). *Teori sosiologi modern* (Triwibowo B. S., Trans.; Edisi ke-7). Prenadamedia Group.
- Soekanto, S., & Sulistyowati, B. (2019). *Sosiologi suatu pengantar*. Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2024). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi ke-2, Cetakan ke-30). Alfabeta.
- Suyanto, B. (2013). *Sosiologi ekonomi: Kapitalisme dan konsumsi di era masyarakat post-modernisme*. Kencana.
- Teori sosiologi: Konsep-konsep kunci dalam pemahaman masyarakat*. (2021). Media Penerbit Indonesia.
- Wibisono, M. D., & Sasia, M. (2020). Pengembangan skala identitas sosial: Validitas dan analisis faktor eksploratori. *Proyeksi*, 15(1), 58-67. <https://doi.org/10.30659/jp.15.1.58-67>
- Badan Pusat Statistik. (n.d.). *Rata-rata konsumsi per kapita seminggu menurut kelompok bahan minuman per kabupaten/kota*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjEwNCMy/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-bahan-minuman-per-kabupaten-kota.html>
- .