SKRIPSI
KOMUNIKASI SIMBOLIK BUDAYA NONGKRONG GEN Z DI COFFEE SHOP KOTA PONTIANAK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KAJIAN HUBUNGAN MASYARAKAT

Oleh:
DWI NANDA AGRI SYAPUTRA
E1101221048

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TANJUNGPURA
PONTIANAK
2026

LEMBAR PERSETUJUAN

KOMUNIKASI SIMBOLIK BUDAYA NONGKRONG GEN Z DI COFFEE SHOP KOTA PONTIANAK

Tanggung Jawab Yuridis Pada:

Dwi Nanda Agri Syaputra
Nim. E1101221048

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing Utama

Dr. Lina Sunyata, M.Si.
NIP. 196111111987032002

Tanggal: 16 September 2026

Dosen Pembimbing Pendamping

Dr. Joshua Fernando. S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199603072024061002

Tanggal: 16 September 2026

LEMBAR PENGESAHAN

KOMUNIKASI SIMBOLIK BUDAYA NONGKRONG GEN Z DI COFFEE SHOP KOTA PONTIANAK

Oleh:
DWI NANDA AGRI SYAPUTRA
NIM. E1101221048

Dipertahankan di : Pontianak
Pada Hari/Tanggal : Rabu, 16 September 2026
Waktu : 13.00
Tempat : FISIP Universitas Tanjungpura

Tim Penguji

Ketua

Dr. Lina Sunyata. M.Si
NIP. 196111111987032002

Sekretaris

Dr. Joshua Fernando. S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 199603072024061002

Penguji Pertama

Dr. Netty Herawaty. M.Si
NIP. 196510291990022001

Penguji Kedua

Andi Supiyandi, S.I.Kom.,M.I.Kom.
NIP. 199708072024061001

Disahkan Oleh:
Dekan Fisip Untan

Dr. Herlan. S.Sos, M.Si
NIP. 197205212006041001

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Komunikasi Simbolik Budaya Nongkrong Generasi Z di *Coffee shop* Kota Pontianak". Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya budaya nongkrong Generasi Z yang tidak lagi sekadar menjadi aktivitas mengisi waktu luang, tetapi juga menjadi bagian dari komunikasi sosial, pembentukan identitas, dan ekspresi diri. *Coffee shop* dan warung kopi berkembang sebagai ruang sosial untuk berinteraksi secara langsung sekaligus menampilkan representasi diri melalui simbol dalam aktivitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi simbolik dalam budaya nongkrong Generasi Z di Kota Pontianak. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi dengan tujuh informan yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, terdiri dari pemilik *coffee shop* dan warung kopi, Generasi Z, serta masyarakat umum. Penelitian dilakukan di Seuna *Coffee,* Arkadia *Coffee,* dan Warung Kopi Warung Budak Gang Kota Pontianak. Analisis data menggunakan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldana, sedangkan landasan analisis menggunakan Teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead melalui konsep *mind*, *self*, dan *society*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya nongkrong Generasi Z menjadi praktik komunikasi simbolik bermakna sosial. Aktivitas nongkrong digunakan untuk membangun interaksi, mempererat pertemanan, bertukar informasi, berdiskusi, bekerja, mengerjakan tugas, mencari hiburan, dan mengekspresikan identitas diri. Komunikasi simbolik diwujudkan melalui bahasa verbal dan simbol nonverbal, seperti gaya berpakaian, penggunaan gawai, pilihan menu, lokasi duduk, aktivitas berfoto, serta unggahan di media sosial. Berdasarkan pengalaman informan, lingkungan pertemanan dan media sosial berkaitan dengan pilihan tempat nongkrong, pengenalan *coffee shop*, mengikuti tren, serta cara menampilkan aktivitas dan identitas diri. Dengan demikian, budaya nongkrong Generasi Z merupakan praktik komunikasi simbolik yang berkaitan dengan interaksi sosial, pembentukan identitas, dan penggunaan media digital sehari-hari.

***Kata Kunci**: **Komunikasi Simbolik, Budaya Nongkrong, Generasi Z, Coffee shop, Interaksionisme Simbolik**.*

ABSTRACT

This research is entitled "Symbolic Communication of Generation Z Hangout Culture in Coffee Shops in Pontianak City." This research is motivated by the development of Generation Z's hangout culture, which is no longer merely an activity to spend leisure time, but has also become part of social communication, identity formation, and self-expression. Coffee shops and traditional coffee shops have developed as social spaces for direct interaction while also presenting self-representation through symbols in daily activities. This research aims to analyze symbolic communication in the hangout culture of Generation Z in Pontianak City. This research uses a qualitative method with a descriptive approach. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving seven informants selected using purposive sampling, consisting of coffee shop and traditional coffee shop owners, Generation Z individuals, and members of the general public. The research was conducted at Seuna Coffee, Arkadia Coffee, and Warung Kopi Warung Budak Gang in Pontianak City. Data analysis used the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña, while the analytical foundation was George Herbert Mead's Theory of Symbolic Interactionism through the concepts of mind, self, and society. The results show that Generation Z's hangout culture has developed into a socially meaningful symbolic communication practice. Hangout activities are used to build interactions, strengthen friendships, exchange information, engage in discussions, work, complete assignments, seek entertainment, and express self-identity. Symbolic communication is manifested through verbal language and nonverbal symbols, such as clothing styles, gadget use, menu choices, seating locations, taking photographs, and social media uploads. Based on the informants' experiences, friendship environments and social media are related to the choice of hangout places, the introduction of coffee shops, following trends, and the way individuals present their activities and identities. Thus, Generation Z's hangout culture is a symbolic communication practice related to social interaction, identity formation, and the use of digital media in everyday life.

Keywords: Symbolic Communication, Hanging-Out Culture, Generation Z, Coffee shop, Symbolic Interactionism.

RINGKASAN SKRIPSI

Penelitian ini berjudul "Komunikasi Simbolik Budaya Nongkrong Generasi Z di *Coffee Shop* Kota Pontianak". Penelitian ini dilatarbelakangi oleh berkembangnya budaya nongkrong di kalangan Generasi Z yang tidak lagi hanya dipandang sebagai aktivitas untuk menghabiskan waktu luang, tetapi juga menjadi bagian dari kehidupan sosial dan praktik komunikasi. Perkembangan *coffee shop* di Kota Pontianak turut menciptakan ruang sosial bagi Generasi Z untuk melakukan berbagai aktivitas, seperti berkumpul bersama teman, berdiskusi, mengerjakan tugas, bekerja, mencari hiburan, hingga mengekspresikan identitas diri. Dalam aktivitas tersebut terdapat berbagai simbol yang digunakan dan dimaknai oleh individu, baik melalui komunikasi verbal maupun nonverbal. Gaya berpakaian, pilihan tempat nongkrong, penggunaan gawai, pilihan menu, lokasi duduk, aktivitas berfoto, serta unggahan di media sosial menjadi bagian dari simbol yang dapat merepresentasikan identitas dan gaya hidup seseorang.

Fenomena tersebut kemudian dikaji melalui Teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead, khususnya konsep *mind, self,* dan *society*. Konsep *mind* digunakan untuk melihat bagaimana informan memberikan makna terhadap simbol dan aktivitas nongkrong berdasarkan pengalaman serta proses berpikir yang terbentuk melalui interaksi sosial. Konsep *self* digunakan untuk memahami bagaimana individu membentuk dan menampilkan identitas dirinya melalui simbol-simbol yang digunakan dalam aktivitas nongkrong. Sementara itu, konsep *society* digunakan untuk melihat bagaimana lingkungan sosial, kelompok pertemanan, norma, kebiasaan, dan media sosial hadir dalam perilaku serta

pemaknaan informan terhadap budaya nongkrong. Dengan perspektif tersebut, aktivitas nongkrong dipahami sebagai suatu proses sosial yang memungkinkan individu membangun makna, identitas, dan hubungan dengan lingkungan sekitarnya.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana komunikasi simbolik budaya nongkrong Generasi Z di *coffee shop* Kota Pontianak?" Adapun tujuan penelitian adalah untuk menganalisis dan memahami secara mendalam komunikasi simbolik yang terbentuk melalui budaya nongkrong Generasi Z di Kota Pontianak. Penelitian ini juga diarahkan untuk melihat pola interaksi yang terjadi, bentuk simbol yang digunakan, representasi identitas diri, serta hubungan antara budaya nongkrong dengan proses pembentukan makna berdasarkan Teori Interaksionisme Simbolik.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini digunakan karena penelitian berupaya memahami pengalaman, persepsi, perilaku, dan pemaknaan informan terhadap aktivitas nongkrong secara mendalam. Penelitian dilakukan di beberapa tempat nongkrong di Kota Pontianak, yaitu Seuna *Coffee*, Arkadia *Coffee*, dan Warung Budak Gang. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri atas Generasi Z serta pihak yang berkaitan dengan aktivitas di tempat nongkrong. Data yang diperoleh kemudian dianalisis untuk memahami bagaimana simbol digunakan, dimaknai, dan dikonstruksi dalam interaksi sosial Generasi Z.

Hasil penelitian berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi pada informan menunjukkan bahwa budaya nongkrong pada informan Generasi Z yang diteliti berkaitan dengan praktik komunikasi simbolik yang memiliki makna sosial. *Coffee shop* dan warung kopi tidak hanya digunakan sebagai tempat mengonsumsi makanan dan minuman, tetapi juga dimanfaatkan oleh informan sebagai ruang untuk membangun hubungan sosial, berbagi cerita, berdiskusi, mengerjakan tugas, bekerja, mencari hiburan, serta melakukan aktualisasi diri. Komunikasi tatap muka menjadi salah satu bentuk interaksi yang ditemukan dalam aktivitas nongkrong informan. Hal tersebut terlihat dari aktivitas mengobrol dan berkumpul bersama teman yang dilakukan ketika informan berada di *coffee shop* maupun warung kopi.

Selain komunikasi secara langsung, penelitian menemukan penggunaan berbagai simbol verbal dan nonverbal dalam aktivitas nongkrong informan. Simbol tersebut antara lain gaya berpakaian, cara berbicara, penggunaan gawai, pilihan tempat, pilihan menu, lokasi duduk, aktivitas fotografi, serta konten yang diunggah ke media sosial. Berdasarkan keterangan informan dan hasil observasi, penggunaan simbol tersebut berkaitan dengan cara individu menyampaikan identitas, gaya hidup, selera, dan citra diri kepada lingkungan sekitarnya. Dengan demikian, penampilan dan aktivitas yang dilakukan ketika nongkrong tidak hanya memiliki fungsi praktis, tetapi juga memiliki makna simbolik yang terbentuk melalui proses interaksi sosial.

Penelitian juga menemukan adanya keterkaitan antara penggunaan media sosial, lingkungan pertemanan, dan aktivitas nongkrong pada informan yang diwawancarai. Berdasarkan hasil wawancara, kelompok pertemanan menjadi salah

satu pertimbangan informan dalam memilih tempat nongkrong dan menentukan aktivitas yang dilakukan. Sementara itu, media sosial digunakan informan untuk memperoleh informasi mengenai *coffee shop*, melihat referensi tempat, serta mengikuti informasi atau tren yang berkaitan dengan tempat nongkrong. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa dalam pengalaman informan yang diteliti, aktivitas nongkrong tidak hanya berlangsung dalam ruang fisik, tetapi juga berkaitan dengan ruang digital melalui aktivitas melihat, mengunggah, dan merespons konten di media sosial.

Terdapat pula perbedaan karakteristik pada tempat nongkrong yang menjadi lokasi penelitian. Seuna *Coffee* lebih banyak dimanfaatkan informan sebagai ruang interaksi sosial yang santai melalui kegiatan mengobrol, bermain musik, dan berkumpul bersama teman. Arkadia *Coffee* lebih menonjolkan unsur visual dan estetika yang mendukung aktivitas fotografi serta pembuatan konten media sosial. Sementara itu, keberadaan Warung Budak Gang menunjukkan adanya pilihan ruang nongkrong dengan suasana yang lebih sederhana dan akrab bagi informan yang diwawancarai. Perbedaan tersebut memperlihatkan bahwa karakteristik ruang menjadi salah satu hal yang berkaitan dengan simbol, aktivitas, serta makna yang dibangun individu ketika melakukan aktivitas nongkrong.

Berdasarkan perspektif Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead**,** temuan penelitian pada informan memperlihatkan adanya hubungan antara *mind, self,* dan *society*. Informan terlebih dahulu memberikan makna terhadap *coffee shop* dan warung kopi sebagai ruang sosial melalui proses berpikir dan pengalaman interaksi (*mind*). Selanjutnya, individu menggunakan berbagai simbol untuk

menampilkan dan membentuk identitas dirinya (*self*). Proses tersebut dalam pengalaman informan juga berkaitan dengan kelompok pertemanan, norma sosial, kebiasaan, serta media sosial sebagai bagian dari lingkungan sosial (*society*). Ketiga unsur tersebut digunakan untuk memahami proses pembentukan makna dalam praktik budaya nongkrong informan Generasi Z di Kota Pontianak.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa berdasarkan pengalaman dan pemaknaan informan yang diteliti, budaya nongkrong Generasi Z di Kota Pontianak tidak hanya berkaitan dengan aktivitas rekreatif, tetapi juga menjadi bagian dari praktik komunikasi simbolik yang mengandung makna sosial, identitas, dan penggunaan ruang digital. Berbagai simbol yang digunakan dalam aktivitas nongkrong memperoleh makna melalui interaksi yang berlangsung dalam pengalaman informan. Media sosial dan kelompok pertemanan hadir sebagai bagian dari proses pembentukan makna tersebut. Di sisi lain, warung kopi tetap menjadi salah satu pilihan ruang interaksi yang sederhana dan akrab bagi informan di tengah berkembangnya *coffee shop* modern. Oleh karena itu, berdasarkan temuan pada lokasi dan informan penelitian, budaya nongkrong Generasi Z di Kota Pontianak dapat dipahami melalui hubungan antara ruang sosial, pembentukan identitas, interaksi tatap muka, serta penggunaan media digital.

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Dwi Nanda Agri Syaputra

Nomor Mahasiswa : E1101221048

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiridan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya dalam Skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yangsecara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Pontianak, 16 September 2026

Yang membuat Pernyataan



Dwi Nanda Agri Syaputra

NIM. E1101221048

MOTTO

″Biarkan mereka dengan ekspektasi, penilaian, atau jalannya masing-masing. Tugas utamaku hanyalah fokus melangkah, mengendalikan apa yang bisa kukendalikan, dan menyelesaikan bagianku dengan tenang tanpa perlu membuktikan apa pun pada dunia."

Let Them Theory (Mel Robbins)

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya..."

~ QS. Al-Baqarah (2): 286 ~

“Dari Ibu

Untuk Ibu

Harapan Ibu

Membahagiakan Ibu”

~ Dwi Nanda Agri Syaputra ~

SKRIPSI INI DIPERSEMBAHKAN UNTUK:

Sebuah perjalanan panjang akhirnya sampai pada salah satu titik yang paling penulis syukuri. Skripsi ini bukan hanya tentang rangkaian tulisan dan proses akademik, tetapi juga tentang banyak hal yang telah dilalui, doa yang dipanjatkan, bantuan yang diberikan, serta orang-orang yang tetap hadir ketika perjalanan ini tidak selalu berjalan dengan mudah. Ada banyak nama dan kebaikan yang tidak mungkin penulis balas satu per satu, tetapi semuanya memiliki tempat yang berarti dalam perjalanan hingga terselesaikannya karya ini. Dengan mengucapkan *Bismillahirrahmanirrahim* dan memanjatkan puji serta syukur ke hadirat Allah SWT, dengan segala kerendahan hati karya ini penulis persembahkan kepada orang-orang yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup dan perjuangan penulis.

1. Kepada almarhum Ayah tercinta**,** Agus**.** Sosok yang mungkin tidak lagi dapat penulis temui secara langsung, tetapi kasih sayang, nasihat, perjuangan, dan segala kenangan tentang Ayah akan selalu hidup dalam hati penulis. Terima kasih atas segala hal yang pernah Ayah berikan dan ajarkan selama hidup. Meskipun Ayah tidak dapat menyaksikan secara langsung perjalanan penulis hingga sampai pada titik ini, penulis percaya bahwa setiap perjuangan yang dilakukan dengan penuh ketulusan akan selalu memiliki tempat tersendiri di hadapan Allah SWT. Gelar sarjana ini penulis persembahkan sebagai salah satu bentuk cinta dan bakti kepada Ayah. Semoga Allah SWT senantiasa menempatkan Ayah di tempat terbaik di sisi-Nya dan memberikan cahaya serta kedamaian di alam sana. Penulis akan terus membawa nama, doa, dan segala kebaikan Ayah dalam setiap langkah kehidupan.

2. Kepada Ibu tercinta, Perempuan hebat yang menjadi tempat penulis menemukan kekuatan ketika dunia terasa begitu berat. Terima kasih telah menjadi rumah, tempat pulang, tempat bercerita, sekaligus sumber doa yang tidak pernah berhenti mengiringi setiap langkah penulis. Terima kasih atas setiap pengorbanan, kesabaran, kasih sayang, dan ketulusan yang diberikan tanpa pernah meminta balasan. Di balik pencapaian penulis hingga berada di titik ini, terdapat doa dan perjuangan Ibu yang tidak akan pernah mampu penulis balas dengan apa pun. Ketika penulis hampir menyerah, doa dan keberadaan Ibu menjadi alasan untuk kembali melangkah. Semoga gelar sarjana ini dapat menjadi salah satu bukti bahwa segala perjuangan dan doa Ibu tidak pernah sia-sia. Terima kasih telah menjadi alasan bagi penulis untuk terus bertahan dan menyelesaikan apa yang telah dimulai.
3. Kepada kakak kandung tercinta Qessi Rusandi Melda, Terima kasih telah menjadi sosok kakak yang selalu hadir dalam perjalanan hidup penulis. Terima kasih atas perhatian, dukungan, nasihat, dan segala bentuk kepedulian yang diberikan selama proses pendidikan hingga penyelesaian skripsi ini. Dalam berbagai keadaan, kehadiran dan dukungan Kakak menjadi salah satu kekuatan bagi penulis untuk tetap melanjutkan perjuangan. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan panjang ini, selalu memberikan uang dan semangat ketika penulis membutuhkan dorongan. Semoga hubungan dan kebersamaan yang telah terjalin selama ini senantiasa menjadi sumber kekuatan bagi kita untuk terus melangkah dan mencapai impian masing-masing.

4. Kepada Dosen Pembimbing, Ibu Dr. Lina Sunyata, M.Si dan Bapak Dr. Joshua Fernando, S.I.Kom, M.I.Kom , Dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, penulis menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya telah membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, ilmu, arahan, kritik, saran, kesabaran, serta perhatian yang telah diberikan sejak awal hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Setiap masukan dan bimbingan yang diberikan menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran penulis, bukan hanya dalam menyelesaikan skripsi, tetapi juga dalam membentuk cara berpikir dan bersikap sebagai seorang akademisi. Mohon maaf atas segala kekurangan, kesalahan, maupun keterbatasan penulis selama proses bimbingan. Semoga segala ilmu dan kebaikan yang telah diberikan menjadi amal yang terus mengalir dan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.
5. Kepada sahabat seperjuangan Kevin, Terima kasih telah menjadi salah satu orang yang selalu hadir dalam perjalanan panjang penyelesaian skripsi ini. Terima kasih karena tidak hanya membantu penulis dalam proses penulisan dan penyelesaian skripsi, tetapi juga telah menjadi teman berbagi dalam berbagai keadaan. Kita telah melewati banyak hal bersama, baik dalam keadaan senang maupun ketika berada di titik-titik sulit. Terima kasih telah membantu ketika penulis mengalami kesulitan, mendengarkan keluh kesah, memberikan semangat, dan tetap hadir ketika proses ini terasa melelahkan. Perjalanan menyelesaikan skripsi ini mungkin akan terasa jauh lebih berat tanpa adanya teman seperjuangan seperti dirimu. Terima kasih telah menjadi bagian dari cerita dan perjuangan akademik penulis yang akan selalu penulis kenang.

6. Kepada teman dan kerabat saya Desty, Kikoy, Vera, Indri, Pije, Ilva, Maya, Julia, Kevin, Chris, Rangga, Vander, dan Iqbal. Terima kasih telah hadir dan menemani penulis melewati berbagai masa sulit dalam perjalanan ini. Terima kasih atas setiap waktu, perhatian, candaan, dan kebersamaan yang telah diberikan ketika penulis membutuhkan teman untuk berbicara maupun sekadar mengalihkan pikiran dari berbagai tekanan. Kehadiran kalian mungkin terlihat sederhana, tetapi bagi penulis memiliki arti yang begitu besar. Terima kasih telah menjadi tempat untuk berbagi cerita, menjadi penghibur ketika keadaan terasa berat, dan menjadi bagian dari perjalanan yang tidak selalu mudah ini. Setiap tawa, percakapan, dan kebersamaan yang telah kita lalui akan menjadi kenangan yang selalu penulis simpan dengan baik.
7. Terakhir, kepada diri penulis sendiri. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Terima kasih telah tetap berjalan meskipun berkali-kali merasa lelah, ragu, takut, dan hampir menyerah. Terima kasih telah memilih untuk tetap bangkit setiap kali keadaan terasa berat dan tetap menyelesaikan apa yang telah dimulai. Tidak semua hari dalam perjalanan ini berjalan sesuai dengan harapan, tetapi penulis telah belajar bahwa tidak apa-apa berjalan perlahan selama tetap bergerak maju. Terima kasih telah berusaha, belajar, menerima kegagalan, menghadapi berbagai kesulitan, dan tetap percaya bahwa setiap proses akan menemukan akhirnya. Skripsi ini menjadi bukti bahwa penulis mampu mempertanggungjawabkan kepercayaan yang telah diberikan dan menyelesaikan perjalanan akademik ini dengan sebaik-baiknya. Terima kasih telah bertahan. Terima kasih telah berjuang. Dan terima kasih karena tidak

menyerah pada diri sendiri. Semoga setelah sampai pada titik ini, penulis mampu terus melangkah dengan hati yang lebih kuat, pikiran yang lebih dewasa, dan senantiasa mensyukuri setiap nikmat yang Allah SWT berikan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING……..ii
LEMBAR PENGESAHAN.....iii
ABSTRAK.....iv
ABSTRACT.....v
RINGKASAN SKRIPSI.....vi
PERNYATAAN KEASLIAN.....xi
DAFTAR ISI.....xviii
DAFTAR TABEL.....xxi
DAFTAR GAMBAR.....xxii
DAFTAR LAMPIRAN.....xxiii
BAB 1.....1
PENDAHULUAN.....1
1.1 Latar Belakang Masalah.....1
1.2 Identifikasi Masalah.....7
1.3 Fokus Penelitian.....8
1.4 Rumusan Masalah.....8
1.5 Tujuan Penelitian.....8
1.6 Manfaat Penelitian.....9
BAB II.....10
KAJIAN PUSTAKA.....10
2.1 Definisi konsep.....10
2.1.1 Komunikasi Simbolik.....10
2.1.2 Budaya Nongkrong.....11
2.1.3 Generasi Z.....11
2.1.4 *Coffee shop*.....12
2.2 Landasan Teori.....12
2.3 Penelitian terdahulu.....14
2.4 Kerangka Berpikir……19
BAB III.....21
METODE PENELITIAN.....21

3.1 Jenis Penelitian **21**
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian **21**
3.3 Subjek Penelitian **22**
3.4 Objek Penelitian **23**
3.5 Teknik Pengumpulan Data **23**
3.6 Alat Pengumpulan Data **24**
3.7 Teknik Analisis Data **25**
3.8 Teknik Keabsahan Data **27**
BAB IV 29
GAMBARAN UMUM 29
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian……29
4.1.1 *Coffee shop* Seuna 30
4.1.2 *Coffee shop* Arkadia 30
4.1.3 Warung Kopi Warung Budak Gang 30
4.2 Pekerja *Coffee shop* 31
4.3 Generasi Z 32
4.4 Masyarakat Umum 32
4.5 Data Informan Penelitian 33
BAB V 36
HASIL DAN PEMBAHASAN 36
5.1 Hasil penelitian 36
5.1.1 Aktivitas Nongkrong sebagai Sarana Interaksi Sosial 36
5.1.2 Penggunaan Simbol dalam Budaya Nongkrong Generasi Z 39
5.1.3 Peran Media Sosial dalam Budaya Nongkrong Generasi Z 41
5.2 Pembahasan Berdasarkan Teori Interaksionisme Simbolik 44
5.2.1 Representasi Identitas Diri dalam Budaya Nongkrong 44
5.2.2 *Coffee shop* sebagai Ruang Pemaknaan Sosial Generasi Z 50
5.2.3 Pembentukan Budaya Nongkrong Generasi Z melalui Lingkungan Sosial dan Media Sosial 54
5.3 Pembahasan 58
BAB VI 63
PENUTUP 63
6.1 Kesimpulan 63

6.2 Saran 65
DAFTAR PUSTAKA 67
LAMPIRAN 69

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu…….....16

Table 4.5 Data Informan Penelitian……...33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Aktivitas Pelanggan di *Coffee shop* Arkadia di Jl. Suprapto……...6

Gambar 1. 2 Aktivitas Pelanggan Di Warung Kopi Asiang di Jl. Merapi……...6

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir……...19

Gambar 3.1. *The Interactive Model Of Qualitative Data Analysis*……25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara…….69
Lampiran 2 Pedoman Observasi……78
Lampiran 3 Objek Penelitian……81
Lampiran 4 Dokumentasi penelitian……..82
Lampiran 5 Surat Penelitian……..83
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup…….84
Lampiran 7 Transkip Wawancara……..85
Lampiran 8 Hasil Observasi Penelitian……158

BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Budaya nongkrong di *coffee shop* kini menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial generasi muda, khususnya Generasi Z yang tumbuh dalam era digital dan modernitas. Nongkrong tidak lagi dimaknai sekadar aktivitas rekreatif, tetapi telah menjadi praktik komunikasi dan ekspresi budaya yang membentuk cara anak muda berinteraksi dan memaknai identitas diri (Sofyan *et al* 2025). Perkembangan *coffee shop* di berbagai kota besar di Indonesia termasuk kota Pontianak, menunjukkan bagaimana ruang sosial ini mengalami transformasi menjadi arena budaya yang memiliki peran signifikan dalam pembentukan gaya hidup dan relasi sosial generasi muda (Gill *et al,* 2025).

Coffee shop sebagai ruang publik modern telah mengalami perubahan makna dari sekadar tempat minum kopi menjadi ruang sosial yang mendukung berbagai aktivitas generasi muda. Suasana yang nyaman, desain interior yang estetik, ketersediaan *Wi-Fi*, serta fleksibilitas ruang menjadikan *coffee shop* sebagai tempat ideal bagi Generasi Z untuk melakukan berbagai kegiatan, mulai dari belajar, bekerja, berdiskusi, hingga bersosialisasi secara informal Firinanda *et al*. (2023) menjelaskan bahwa *coffee shop* tidak hanya berfungsi sebagai tempat rekreasi, tetapi juga sebagai arena pembentukan gaya hidup urban yang mendorong terciptanya interaksi antar .

Perkembangan *coffee shop* di Kota Pontianak meningkat sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data terbaru November 2025, jumlah *coffee shop* dan warung kopi mencapai lebih dari 1.035 usaha (Ibrahim, 2025). Antara lain *Coffee shop* Tumbuh, Paska Masala, Fase, Jeda, dan Diantara. Sehingga kota ini dijuluki sebagai "Kota 1000 *Coffee shop*" (Aan, 2025). Pertumbuhan ini disebut sebagai indicator positif bagi ekonomi kreatif dan peluang kerja, sebagaimana disampaikan Wali Kota Pontianak pada September 2025. Beragamnya konsep kedai, variasi menu, serta desain ruang yang modern

menjadikan *coffee shop* semakin diminati Generasi Z sebagai tempat belajar, bekerja, berdiskusi, hingga membangun relasi sosial.

Pertumbuhan *coffee shop* di Kota Pontianak meningkat sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan menjamurnya kedai kopi di berbagai sudut kota. Beragamnya konsep, menu, dan suasana estetik menjadikan *coffee shop* semakin menarik bagi Generasi Z sebagai ruang berkumpul dan berekspresi. Hal ini sejalan dengan pendapat Wulandari *et al.* (2021) yang menyatakan bahwa *coffee shop* telah berfungsi sebagai ruang kreatif yang menghubungkan anak muda dengan aktivitas sosial seperti diskusi, kerja kolaboratif, hingga berbagi cerita santai. Bagi Generasi Z di Pontianak, *coffee shop* menjadi ruang sosial sekaligus ruang digital, tempat mereka dapat berinteraksi langsung sambal membagikan momen nongkrong sebagai bentuk representasi diri di media sosial.

Fenomena nongkrong Generasi Z memperlihatkan adanya pergeseran makna komunikasi dari sekadar aktivitas bersantai menjadi praktik simbolik yang sarat representasi gaya hidup, citra diri, dan nilai sosial tertentu. *Coffee shop* tidak hanya dipahami sebagai tempat menikmati minuman, tetapi juga sebagai arena untuk mengekspresikan identitas melalui berbagai simbol seperti gaya berpakaian, pilihan tempat duduk, hingga aktivitas membuat konten digital. Dalam konteks ini, *coffee shop* berperan sebagai ruang pembentukan identitas visual dan sosial. Widiyaningsih (2022) menegaskan bahwa anak muda memanfaatkan kafe untuk menampilkan citra diri melalui simbol-simbol visual seperti gaya foto dan penampilan, menjadikan *coffee shop* sebagai tempat yang strategis dalam membangun eksistensi diri, baik di dunia nyata maupun di media sosial.

Sejumlah penelitian memperkuat bahwa budaya nongkrong memiliki peran signifikan dalam pembentukan identitas dan pola komunikasi generasi muda. Wulandari et al. (2021) menunjukkan bahwa aktivitas nongkrong di *coffee shop* telah mengalami pergeseran makna dari sekadar hiburan menjadi ruang produktivitas, interaksi sosial, dan

pembentukan relasi pertemanan. Temuan ini sejalan dengan Widiyaningsih, (2022) yang mengungkapkan bahwa kafe dimanfaatkan remaja untuk menampilkan citra diri melalui simbol visual seperti gaya foto dan penampilan, sehingga *coffee shop* berfungsi sebagai ruang representasi identitas di media sosial. Selain itu, (Azzahra *et al.* (2023) menegaskan bahwa bagi Generasi Z, aktivitas ngopi tidak hanya berkaitan dengan konsumsi minuman, melainkan juga menjadi media aktualisasi diri, pencarian kenyamanan, dan pembentukan pengalaman sosial yang bermakna. Ketiga penelitian tersebut memperlihatkan bahwa budaya nongkrong merupakan praktik sosial yang kompleks dan berkaitan terhadap pembentukan identitas serta dinamika interaksi generasi muda urban. Media sosial juga. memiliki peran dalam membentuk budaya nongkrong Generasi Z, terutama dalam memperoleh informasi dan menentukan pilihan *coffee shop* yang akan dikunjungi. Melalui platform seperti Instagram dan TikTok, Generasi Z dapat melihat rekomendasi tempat, suasana *coffee shop*, serta tren yang sedang berkembang. Selain itu, aktivitas mengunggah foto, video, dan cerita saat nongkrong menjadi sarana untuk membagikan pengalaman sekaligus menampilkan identitas diri di ruang digital.

Melalui temuan-temuan tersebut, proses komunikasi dalam budaya nongkrong Generasi Z dapat dipahami sebagai interaksi sosial yang berlangsung secara verbal, nonverbal, dan simbolik. Komunikasi verbal terwujud melalui percakapan santai, diskusi, dan pertukaran gagasan antar individu, sementara komunikasi nonverbal tampak dalam gaya berpakaian, ekspresi, gestur, serta aktivitas berfoto yang dilakukan di ruang *coffee shop*. Selain itu, proses komunikasi juga berlangsung secara digital, Ketika pengalaman nongkrong direpresentasikan melalui unggahan media sosial sebagai bentuk komunikasi simbolik (Mulyono *et al* 2024). Keseluruhan proses ini menunjukkan bahwa nongkrong berfungsi sebagai medium komunikasi sosial tempat Generasi Z membangun makna, menegosiasikan identitas diri, serta membentuk pola relasi sosial dalam konteks budaya

urban modern.

Fenomena nongkrong Generasi Z di *coffee shop* menunjukkan adanya pergeseran pola komunikasi sosial dari interaksi sederhana menuju praktik komunikasi simbolik yang sarat makna. Aktivitas nongkrong tidak lagi sekedar sarana bersosialisasi secara langsung, tetapi juga menjadi medium pembentukan identitas dan representasi diri melalui simbol-simbol visual, gaya berinteraksi, serta konten digital yang dibagikan di media sosial. Wulandari *et al.* (2021) menjelaskan bahwa nongkrong mengalami perubahan makna dari aktivitas rekreasi menjadi ruang produktivitas dan interaksi sosial yang kompleks. Kondisi ini memunculkan persoalan komunikasi ketika interaksi tatap muka berkelindan dengan komunikasi digital, sehingga makna kebersamaan, eksistensi, dan citra diri lebih banyak dinegosiasikan melalui simbol dan representasi visual dibandingkan komunikasi interpersonal murni. Dalam konteks ini, muncul persoalan komunikasi sebagaimana diuraikan dalam proposal penelitian, yakni ketika dominasi komunikasi simbolik melalui gaya berpakaian, aktivitas berfoto, dan unggahan media sosial berpotensi menggeser kualitas komunikasi interpersonal tatap muka. Widiyaningsih (2022) menegaskan bahwa kafe dimaknai sebagai ruang simbolik tempat anak muda menampilkan citra diri melalui gaya berpakaian, aktivitas berfoto, dan unggahan media sosial, yang menandai pergeseran fungsi komunikasi dari relasi sosial ke praktik representasi diri.

Budaya nongkrong Generasi Z di *coffee shop* memiliki relevansi kuat dengan kajian Hubungan Masyarakat (Humas), khususnya dalam memahami proses pembentukan citra, identitas, dan hubungan antara individu dengan ruang sosial. Dalam perspektif humas, aktivitas nongkrong dapat dipahami sebagai praktik komunikasi strategis yang melibatkan manajemen citra dan personal branding, baik secara langsung maupun melalui media digital. Sofyan *et al*. (2025) menyatakan bahwa *coffee shop* berfungsi tidak hanya sebagai ruang interaksi sosial, tetapi juga sebagai identitas yang dipengaruhi oleh budaya

public dan media. Hal ini sejalan dengan konsep *public relations* yang menekankan pentingnya hubungan dua arah, pembentukan makna, serta pengelolaan persepsi publik. Generasi Z secara sadar memanfaatkan *coffee shop* sebagai panggung komunikasi untuk membangun identitas personal dan sosial, sementara di sisi lain, *coffee shop* sebagai entitas bisnis juga menerapkan strategi humas melalui penciptaan pengalaman, atmosfer, dan citra merek guna membangun relasi emosional dengan pengunjung (Widiyaningsih, 2022).

Observasi awal penelitian ini dilakukan pada periode November 2025 hingga Januari 2026 di beberapa *coffee shop* di Kota Pontianak yang kerap menjadi tempat nongkrong Generasi Z. Observasi dilakukan secara partisipatif dengan mengamati pola interaksi sosial, gaya komunikasi, serta aktivitas yang dilakukan pengunjung selama berada di *coffee shop*. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa *coffee shop* tidak hanya dimanfaatkan sebagai tempat menikmati minuman, tetapi juga sebagai ruang bersosialisasi, bekerja, berdiskusi, dan membangun citra diri. Interaksi yang terjadi memperlihatkan dominasi komunikasi santai, penggunaan visual seperti gaya berpakaian dan aktivitas berfoto, serta keterlibatan media digital melalui unggahan di media sosial. Temuan awal ini mengindikasikan adanya pergeseran makna nongkrong menjadi praktik komunikasi sosial yang sarat simbol dan berperan dalam pembentukan identitas Generasi Z, sehingga memperkuat relevansi penelitian ini untuk dikaji lebih mendalam. Kondisi tersebut dapat dilihat pada dokumentasi hasil observasi lapangan yang ditampilkan pada gambar di bawah ini. Dokumentasi ini memberikan gambaran visual mengenai situasi dan dinamika interaksi sosial yang terjadi di *coffee shop*, sekaligus memperkuat temuan observasi terkait pola komunikasi, penggunaan simbol, dan aktivitas representasi diri.



Gambar 1.1 Aktivitas Pelanggan di *Coffee shop* Arkadia di Jl. Suprapto



Gambar 1. 2 Aktivitas Pelanggan Di Warung Kopi Asiang di Jl. Merapi

Fenomena nongkrong Generasi Z dapat dianalisis melalui Teori Interaksionisme Simbolik yang menjelaskan bahwa makna terbentuk melalui proses interaksi sosial dan simbol-simbol yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks *coffee shop*, simbol tersebut dapat berupa gaya berpakaian, cara bertutur, hingga unggahan digital yang menggambarkan identitas diri. Elemen dari teori ini mencakup *mind, self* dan *society.* Pandangan ini sejalan dengan pemikiran Mead yang menegaskan bahwa *mind*, *self*, dan *society* terbentuk melalui interaksi simbolik, sehingga perilaku nongkrong Generasi Z menjadi proses penting dalam pembentukan identitas sosial mereka (Sofyan *et al* 2025).

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana budaya nongkrong Generasi Z di *coffee shop* Pontianak membentuk pola komunikasi sosial baik secara langsung maupun digital, mengidentifikasi dan bentuk representasi diri yang muncul dalam aktivitas nongkrong sebagai ekspresi identitas generasi muda, serta menjelaskan hubungan antara fenomena budaya nongkrong dengan Teori Interaksionisme Simbolik, yang memandang bahwa makna, identitas, dan pola interaksi sosial terbentuk melalui proses penggunaan simbol dalam interaksi sehari-hari. Melalui perspektif ini, penelitian bertujuan menggambarkan bagaimana unsur *mind, self, dan society* terwujud dalam praktik nongkrong Generasi Z, sekaligus menjelaskan peran *coffee shop* sebagai ruang sosial,

ruang digital, dan ruang simbolik dalam kehidupan urban modern. Penelitian ini menarik untuk dikaji karena fenomena nongkrong Generasi Z tidak hanya mencerminkan perubahan gaya hidup, tetapi juga menunjukkan pergeseran praktik komunikasi sosial di era digital, di mana interaksi tatap muka, visual, dan media sosial saling berkelindan dalam proses pembentukan identitas dan makna sosial generasi muda.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Aktivitas nongkrong Generasi Z di *coffee shop* menjadi sarana interaksi sosial, tidak hanya untuk menghabiskan waktu, tetapi juga untuk berkomunikasi, berkumpul, dan membangun hubungan dengan orang lain.
2. Penggunaan gaya berpakaian dan penampilan menjadi salah satu simbol dalam budaya nongkrong Generasi Z, yang dapat digunakan untuk menunjukkan identitas diri, minat, dan gaya hidup.
3. *Coffee shop* menjadi ruang bagi Generasi Z dalam menampilkan dan memaknai identitas diri**,** melalui interaksi, gaya berpakaian, serta aktivitas yang dilakukan bersama lingkungan sosialnya.
4. Media sosial memiliki peran dalam membentuk budaya nongkrong Generasi Z, terutama melalui Instagram dan TikTok yang digunakan untuk memperoleh informasi mengenai *coffee shop*, membagikan aktivitas, serta mendokumentasikan pengalaman nongkrong.

5. Budaya nongkrong Generasi Z dipengaruhi oleh lingkungan sosial dan perkembangan media digital, sehingga aktivitas nongkrong tidak hanya menjadi kegiatan berkumpul, tetapi juga menjadi bagian dari pembentukan makna, identitas, dan gaya hidup.

1.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah komunikasi simbolik dalam budaya nongkrong Generasi Z di *coffee shop* Kota Pontianak. Penelitian diarahkan untuk memahami bagaimana Generasi Z menggunakan dan memaknai simbol verbal maupun nonverbal dalam aktivitas nongkrong, bagaimana simbol tersebut berkaitan dengan representasi identitas diri, serta bagaimana proses interaksi di *coffee shop* berhubungan dengan lingkungan sosial dan media digital. Fokus ini mencakup pengalaman dan pemaknaan informan terhadap aktivitas nongkrong, tanpa terlebih dahulu mengasumsikan bahwa penggunaan simbol selalu menimbulkan hambatan atau dampak tertentu.

1.4 Rumusan Masalah

Bagaimana komunikasi simbolik budaya nongkrong gen z di *coffee shop* Kota Pontianak?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan memahami secara mendalam bagaimana komunikasi simbolik budaya nongkrong generasi Z di *coffee shop* Pontianak.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi sosial dan budaya, khususnya dalam konteks generasi Z dan ruang publik modern. Selain itu, penelitian ini dapat memperkaya penerapan Teori Interaksi Simbolik dalam memahami proses pembentukan makna, identitas, dan relasi sosial di era digital.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi pelaku industri kreatif, pengelola *coffee shop*, maupun komunitas anak muda di Pontianak untuk memahami bagaimana ruang sosial seperti *coffee shop* dapat dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, kolaborasi, dan penguatan identitas komunitas.