https://conference.untag-sby.ac.id/index.php/semakom E-ISSN: 3032-1190
Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM) Juli 2026, Vol.04, No. 02, Hal: 402 – 407

PREFERENSI COFFEE SHOP SEBAGAI RUANG KOMUNIKASI INTERPERSONAL UNTUK COPING MECHANISM STRES PADA GENERASI Z DI SURABAYA

[1]Dela Andriyani, [2]Teguh Priyo Sadono, [3]Dinda Lisna Amilia
[1,2,3]Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
awndriyani@gmail.com

Abstrak
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi Generasi Z di Surabaya terhadap Coffee shop sebagai ruang komunikasi interpersonal dalam coping mechanism stres. Fenomena meningkatnya kunjungan Generasi Z ke Coffee shop menunjukkan bahwa Coffee shop tidak lagi hanya dimaknai sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai ruang sosial untuk berbagi cerita, membangun relasi, dan mengurangi tekanan emosional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam terhadap enam informan Generasi Z di Surabaya. Penelitian ini menggunakan Teori Ruang Publik Jürgen Habermas sebagai landasan analisis.
Hasil penelitian menunjukkan bahwa preferensi Generasi Z terhadap Coffee shop dilandasasi oleh beberapa faktor, yaitu desain interior yang menarik, kenyamanan ruang sosial, dan pemenuhan kebutuhan produktivitas serta prsikologis. Selain itu, Coffee shop dipersepsikan sebagai ruang yang mendukung komunikasi interpersonal melalui keterbukaan, empati, dan dukungan sosial antar individu. Karakteristik Coffee shop yang nyaman dan fleksibel membuat Generasi Z lebih mudah mengekspresikan diri dan mengurangi tekanan emosional yang mereka alami. Dengan demikian, Coffee shop tidak hanya berfungsi sebagai tempat berkumpul, tetapi juga sebagai ruang sosial yang mendukung coping mechanism stres bagi Generasi Z.
Kata kunci: Generasi Z, Coffee shop, Komunikasi Interpersonal, Coping mechanism Stres, Ruang Publik

Abstract
This study aims to examine the preferences of Generation Z in Surabaya toward Coffee shops as spaces for interpersonal communication in stress coping mechanisms. The phenomenon of increasing Coffee shop visits among Generation Z indicates that Coffee shops are no longer perceived merely as places of consumption, but also as social spaces for sharing stories, building relationships, and alleviating emotional pressure. This study employs a descriptive qualitative approach with data collection techniques in the form of in-depth interviews with six Generation Z informants in Surabaya. Jürgen Habermas's Public Sphere Theory is used as the analytical framework.
The findings reveal that Generation Z's preferences toward Coffee shops are grounded in several factors, namely appealing interior design, comfortable social spaces, and the fulfillment of productivity and psychological needs. Furthermore, Coffee shops are perceived as spaces that support interpersonal communication through openness, empathy, and social support among individuals. The comfortable and flexible characteristics of Coffee shops enable Generation Z to more freely express themselves and reduce the emotional pressure they experience. Therefore, Coffee shops do not merely function as gathering places, but also as social spaces that support stress coping mechanisms for Generation Z.
Keyword: *Generation Z, Coffee shop, Interpersonal Communication, Stress Coping mechanism, Public Sphere*

Pendahuluan

Perkembangan industri Coffee shop di Indonesia, khususnya di Kota Surabaya, mengalami peningkatan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Kehadiran Coffee shop tidak lagi sekadar menjadi tempat untuk menikmati minuman dan makanan, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial yang digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat untuk melakukan beragam aktivitas. Bagi Generasi Z, Coffee shop sering dimanfaatkan sebagai tempat belajar, bekerja, berdiskusi, berkumpul bersama teman, hingga mencari suasana yang nyaman untuk melepas penat dari rutinitas sehari-hari. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa fungsi Coffee shop telah mengalami pergeseran dari tempat konsumsi menjadi ruang sosial yang memiliki makna lebih luas dalam kehidupan masyarakat modern.

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital yang pesat. Karakteristik Generasi Z yang dekat dengan teknologi membuat mereka memiliki pola komunikasi, gaya hidup, dan cara berinteraksi yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya (Ketut et al., 2026). Di sisi lain, berbagai tuntutan akademik, pekerjaan, hubungan sosial, serta paparan informasi yang terus-menerus melalui media digital dapat menjadi sumber tekanan psikologis bagi Generasi Z. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z merupakan kelompok yang rentan mengalami stres akibat tingginya ekspektasi sosial, tuntutan produktivitas, dan dinamika kehidupan digital yang bervariasi.

Dalam menghadapi berbagai tekanan tersebut, individu memerlukan coping mechanism atau mekanisme coping sebagai upaya untuk mengurangi, mengelola, dan menyesuaikan diri terhadap stres yang dialami. Salah satu bentuk coping yang banyak dilakukan Generasi Z adalah mencari lingkungan yang nyaman dan mendukung kesejahteraan psikologis. Coffee shop menjadi salah satu alternatif ruang yang dipilih karena mampu menyediakan suasana yang santai, fasilitas yang memadai, serta kesempatan untuk berinteraksi dengan orang lain (Anggraeni, 2022). Lingkungan yang nyaman dapat membantu individu memperoleh ketenangan, mengurangi kejenuhan, dan menciptakan perasaan aman ketika menghadapi berbagai tekanan kehidupan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam preferensi Generasi Z dalam memilih Coffee shop sebagai ruang komunikasi interpersonal untuk coping mechanism stres di Surabaya. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengalaman, pandangan, serta makna yang diberikan informan terhadap fenomena yang diteliti. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali informasi secara lebih mendalam mengenai alasan Generasi Z memilih Coffee shop serta bagaimana aktivitas komunikasi interpersonal yang berlangsung di dalamnya berkontribusi terhadap pengelolaan stres (Nasir et al., 2023). Pendekatan kualitatif juga memungkinkan peneliti memahami pengalaman subjektif informan berdasarkan perspektif dan makna yang mereka berikan terhadap pengalaman tersebut.

Lokasi penelitian dilakukan di beberapa Coffee shop yang berada di Kota Surabaya dan sering dikunjungi oleh Generasi Z. Informan penelitian terdiri atas enam orang Generasi Z yang aktif mengunjungi Coffee shop serta melakukan produktivitas di Coffee shop. Informan dipilih berdasarkan kesesuaian dengan fokus penelitian, yaitu memiliki pengalaman memanfaatkan Coffee shop sebagai tempat beraktivitas, bersosialisasi, maupun mencari kenyamanan ketika

menghadapi tekanan dalam kehidupan sehari-hari. Pemilihan informan tersebut bertujuan untuk memperoleh data yang relevan mengenai alasan Generasi Z memilih Coffee shop serta pengalaman mereka dalam memanfaatkan Coffee shop sebagai ruang komunikasi interpersonal.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi Coffee shop sebagai ruang komunikasi interpersonal untuk coping mechanism stres pada Generasi Z di Surabaya. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan kepada keenam informan, ditemukan bahwa Coffee shop tidak hanya dipandang sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi juga sebagai ruang yang mampu memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis Generasi Z. Temuan penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menjadi indikator preferensi Generasi Z dalam memilih Coffee shop, yaitu suasana yang nyaman, fasilitas yang memadai, aksesibilitas lokasi, serta harga yang sesuai dengan kemampuan finansial mereka.

Faktor pertama yang paling dominan dalam membentuk preferensi Generasi Z adalah suasana Coffee shop yang nyaman. Seluruh informan menyatakan bahwa kenyamanan menjadi pertimbangan utama ketika memilih Coffee shop. Suasana yang tenang, pencahayaan yang mendukung, tata ruang yang tertata dengan baik, serta tingkat kebisingan yang tidak berlebihan membuat informan merasa lebih rileks ketika berada di Coffee shop. Bagi informan, kenyamanan tersebut memberikan kesempatan untuk beristirahat sejenak dari aktivitas sehari-hari yang padat. Lingkungan yang nyaman juga membantu mereka menenangkan pikiran ketika sedang menghadapi tekanan akademik, pekerjaan, maupun persoalan pribadi. Temuan ini menunjukkan bahwa Coffee shop berfungsi sebagai ruang relaksasi yang mampu memberikan kenyamanan psikologis bagi Generasi Z.

Selain suasana yang nyaman, fasilitas yang tersedia juga menjadi faktor penting dalam menentukan preferensi informan terhadap Coffee shop. Beberapa fasilitas yang dianggap penting meliputi akses internet yang stabil, ketersediaan stop kontak, area duduk yang nyaman, pendingin ruangan, serta kebersihan tempat. Informan mengungkapkan bahwa fasilitas tersebut mendukung berbagai aktivitas yang mereka lakukan di Coffee shop, seperti mengerjakan tugas, bekerja secara daring, berdiskusi, maupun sekadar bersantai. Keberadaan fasilitas yang memadai membuat informan dapat menghabiskan waktu lebih lama di Coffee shop tanpa merasa terganggu. Temuan ini menunjukkan bahwa Generasi Z tidak hanya mencari tempat yang nyaman secara fisik, tetapi juga ruang yang mampu menunjang produktivitas dan aktivitas sosial mereka (Krismalita & Claudya, 2025).

Faktor berikutnya yang memengaruhi preferensi Generasi Z adalah aksesibilitas lokasi. Informan cenderung memilih Coffee shop yang mudah dijangkau dari tempat tinggal, kampus, maupun tempat kerja. Lokasi yang strategis dinilai dapat menghemat waktu dan biaya perjalanan. Selain itu, ketersediaan area parkir serta kemudahan akses transportasi juga menjadi pertimbangan dalam memilih Coffee shop. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek praktis turut memengaruhi keputusan Generasi Z dalam menentukan Coffee shop yang akan mereka kunjungi. Dengan demikian, preferensi terhadap Coffee shop tidak hanya dipengaruhi oleh

faktor psikologis dan sosial, tetapi juga faktor fungsional yang berkaitan dengan kemudahan akses.

Harga juga menjadi salah satu pertimbangan penting dalam menentukan preferensi Coffee shop. Sebagian besar informan merupakan mahasiswa dan pekerja muda yang memiliki keterbatasan anggaran. Oleh karena itu, mereka cenderung memilih Coffee shop yang menawarkan harga terjangkau dengan kualitas produk yang dianggap sesuai. Informan mengungkapkan bahwa harga yang relatif murah memungkinkan mereka untuk berkunjung secara rutin tanpa mengganggu kebutuhan finansial lainnya. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek ekonomi tetap menjadi faktor yang diperhatikan dalam proses pemilihan Coffee shop oleh Generasi Z.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Coffee shop berfungsi sebagai ruang komunikasi interpersonal bagi Generasi Z. Aktivitas komunikasi interpersonal terlihat melalui interaksi yang berlangsung antara individu dengan teman, pasangan, maupun kelompok sosial mereka. Sebagian besar informan mengaku lebih nyaman melakukan percakapan mendalam di Coffee shop dibandingkan di tempat lain. Suasana yang santai membuat mereka lebih mudah untuk mengekspresikan pikiran, perasaan, dan pengalaman pribadi kepada orang lain. Kondisi tersebut menciptakan proses komunikasi yang lebih terbuka dan mendukung terjadinya keterbukaan diri dalam hubungan interpersonal.

Berdasarkan hasil wawancara, keterbukaan diri menjadi salah satu bentuk komunikasi interpersonal yang paling sering terjadi di Coffee shop. Informan mengungkapkan bahwa mereka sering memanfaatkan waktu berkumpul di Coffee shop untuk berbagi cerita mengenai permasalahan akademik, pekerjaan, hubungan pertemanan, maupun persoalan pribadi lainnya. Suasana yang nyaman dan tidak formal membuat mereka merasa lebih aman untuk menyampaikan perasaan tanpa khawatir mendapatkan penilaian negatif dari orang lain. Hal tersebut menunjukkan bahwa Coffee shop mampu menciptakan lingkungan yang mendukung proses komunikasi interpersonal yang efektif.

Selain keterbukaan diri, empati dan dukungan emosional juga menjadi bagian penting dari komunikasi interpersonal yang terjadi di Coffee shop. Informan mengaku bahwa kehadiran teman yang bersedia mendengarkan keluhan dan memberikan dukungan membuat mereka merasa lebih tenang ketika menghadapi masalah. Dalam beberapa kasus, percakapan yang berlangsung di Coffee shop tidak selalu berorientasi pada pencarian solusi, tetapi lebih pada kebutuhan untuk didengarkan dan dipahami oleh orang lain. Dukungan emosional yang diperoleh melalui interaksi tersebut membantu informan mengurangi beban pikiran dan memperoleh perasaan lega setelah berbagi pengalaman dengan orang terdekat.

Temuan penelitian ini dapat dipahami melalui Teori Komunikasi Interpersonal yang menjelaskan bahwa komunikasi antarindividu berperan dalam membangun hubungan sosial, menciptakan kedekatan emosional, serta memfasilitasi pertukaran informasi dan pengalaman. Interaksi yang berlangsung di Coffee shop memungkinkan individu untuk mengembangkan hubungan yang lebih dekat dengan orang lain melalui proses keterbukaan, empati, dan dukungan sosial. Dengan demikian, Coffee shop tidak hanya menjadi tempat berkumpul, tetapi juga menjadi ruang yang mendukung terbentuknya komunikasi interpersonal yang bermakna. Berdasarkan perspektif Teori Ruang Publik Habermas, Coffee shop juga dapat dipahami sebagai ruang publik modern yang memungkinkan individu bertemu, berinteraksi, dan bertukar

gagasan secara bebas. Informan berasal dari latar belakang yang berbeda, namun memiliki kesempatan yang sama untuk memanfaatkan Coffee shop sebagai ruang sosial. Dalam ruang tersebut, individu dapat membangun relasi sosial dan melakukan komunikasi tanpa adanya batasan formal sebagaimana yang sering ditemukan dalam lingkungan akademik maupun pekerjaan. Temuan ini menunjukkan bahwa fungsi Coffee shop telah berkembang menjadi ruang publik yang mendukung kebutuhan sosial masyarakat urban, khususnya Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang berlangsung di Coffee shop memiliki keterkaitan dengan coping mechanism stres pada Generasi Z. Seluruh informan mengungkapkan bahwa mengunjungi Coffee shop menjadi salah satu cara yang mereka lakukan untuk mengurangi stres. Bagi sebagian informan, keberadaan Coffee shop membantu mereka memperoleh suasana baru yang berbeda dari lingkungan rutin sehari-hari. Pergantian suasana tersebut membuat mereka merasa lebih rileks dan mampu mengalihkan perhatian dari tekanan yang sedang dihadapi.

Selain itu, komunikasi interpersonal yang berlangsung di Coffee shop juga berkontribusi terhadap proses coping mechanism stres. Melalui interaksi dengan teman atau kelompok sosial, informan memperoleh dukungan emosional yang membantu mereka menghadapi berbagai tekanan kehidupan. Kesempatan untuk berbagi cerita, memperoleh sudut pandang baru, serta mendapatkan empati dari orang lain membuat informan merasa lebih mampu mengelola stres yang mereka alami. Temuan ini menunjukkan bahwa proses coping tidak hanya terjadi secara individual, tetapi juga melalui hubungan sosial yang terjalin dalam lingkungan Coffee shop.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi Generasi Z terhadap Coffee shop tidak hanya didasarkan pada aspek konsumsi, tetapi juga pada fungsi sosial dan psikologis yang dimiliki oleh Coffee shop. Suasana yang nyaman, fasilitas yang memadai, aksesibilitas lokasi, serta harga yang sesuai menjadi faktor utama yang membentuk preferensi tersebut. Di sisi lain, aktivitas komunikasi interpersonal yang berlangsung di dalam Coffee shop memberikan kesempatan bagi Generasi Z untuk memperoleh dukungan sosial dan emosional yang membantu mereka melakukan coping mechanism stres. Oleh karena itu, Coffee shop dapat dipahami sebagai ruang komunikasi interpersonal sekaligus ruang publik modern yang memiliki peran penting dalam mendukung kesejahteraan psikologis Generasi Z di Surabaya.

Penutup

Penelitian ini menunjukkan bahwa preferensi Generasi Z terhadap Coffee shop di Surabaya tidak hanya didasarkan pada kebutuhan konsumsi, tetapi juga dipengaruhi oleh kebutuhan sosial dan psikologis yang mereka miliki. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat empat faktor utama yang memengaruhi preferensi Generasi Z dalam memilih Coffee shop, yaitu suasana yang nyaman, fasilitas yang memadai, aksesibilitas lokasi, dan harga yang terjangkau. Keempat faktor tersebut menjadi pertimbangan penting karena mampu mendukung aktivitas sehari-hari sekaligus memberikan kenyamanan bagi pengunjung.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa Coffee shop memiliki fungsi yang lebih luas sebagai ruang komunikasi interpersonal. Lingkungan yang santai dan tidak formal memungkinkan Generasi Z melakukan komunikasi secara lebih terbuka, membangun hubungan sosial, berbagi pengalaman, serta memperoleh dukungan emosional dari orang lain (Anggawijaya et al., 2026). Proses komunikasi interpersonal yang terjadi di Coffee shop ditandai oleh adanya keterbukaan

diri, empati, dan dukungan sosial yang membantu individu merasa lebih nyaman dalam mengekspresikan pikiran maupun perasaan mereka.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa Coffee shop berperan sebagai salah satu sarana coping mechanism stres bagi Generasi Z. Keberadaan lingkungan yang nyaman serta kesempatan untuk berinteraksi dengan orang lain membantu individu mengurangi tekanan psikologis yang mereka alami. Dukungan emosional yang diperoleh melalui komunikasi interpersonal membuat Generasi Z merasa lebih tenang, dipahami, dan mampu menghadapi berbagai permasalahan yang sedang dihadapi. Dengan demikian, Coffee shop dapat dipahami sebagai ruang publik modern yang tidak hanya memenuhi kebutuhan rekreasi dan konsumsi, tetapi juga mendukung kesejahteraan psikologis Generasi Z melalui aktivitas komunikasi interpersonal yang berlangsung di dalamnya.

Daftar Pustaka

Anggawijaya, M., Lie, J. R., Fradyco, M., & Husnul, A. (2026). Pembentukan Identitas Sosial Generasi Z melalui Kebiasaan Nongkrong di Coffee Shop di Tangerang. 12(1), 17–26.

Anggraeni, F. (2022). Coffee Shop Culture : An Observation Study to Coffee Shop Patron. 581–591.

Fitriyah et al. (2022). Jurnal Ilmu Komunikasi. 1, 1–16.

Ketut, N., Septiany, D., Winayanti, R. D., & Nasional, U. P. (2026). Dinamika Komunikasi Interpersonal Generasi Z sebagai Digital Native Pada Pengunjung Imadji Coffee Kota Denpasar. 10, 6789–6793.

Krismalita, T. R., & Claudya, S. E. (2025). Tren Self-Reward Mahasiswa Generasi Z di Coffee Shop: Perspektif Komunikasi Interpersonal dan Disonansi Kognitif. 06(01), 54–67.

Nasir, A., Shah, K., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif. 3, 4445–4451.

Syahrizal, H., & Jailani, M. S. (2023). Jenis-Jenis Penelitian dalam Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora, 1(1), 13–23. https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.49