



## **PEMAKNAAN RUANG COFFEE SHOP BAGI PEREMPUAN PERKOTAAN (STUDI PADA KELOMPOK ARISAN LUXURY DI KOTA PEKANBARU)**

**Sakinah Dentayano, Rina Susanti**

Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau

### **Abstrak**

Fenomena meningkatnya aktivitas arisan di kalangan perempuan perkotaan yang tidak dilakukan di rumah, melainkan di ruang publik seperti coffee shop. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui alasan pemilihan coffee shop sebagai tempat arisan dan mengetahui makna ruang coffee shop bagi perempuan perkotaan dalam kelompok arisan luxury di Kota Pekanbaru serta mengetahui ruang coffee shop dimaknai oleh kelompok arisan luxury di Kota Pekanbaru. Teori yang digunakan adalah teori interaksi simbolik Herbert Mead yang menekankan pada proses interaksi dalam membangun simbol dan makna sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Subjek penelitian diambil secara purposive sampling dengan enam orang informan yang merupakan anggota aktif kelompok arisan luxury. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa coffee shop dimaknai sebagai representasi gaya hidup modern, ruang relaksasi, dan sarana membangun citra sosial. Pemilihan coffee shop didasarkan pada pertimbangan suasana yang santai, estetik, serta mendukung aktivitas sosial seperti berfoto dan berbagi di media sosial. Melalui interaksi yang terjalin, coffee shop juga menjadi simbol identitas kelompok, memperkuat relasi antaranggota, dan mencerminkan selera serta preferensi mereka terhadap konsumsi. Coffee shop tidak hanya berfungsi sebagai ruang fisik, tetapi juga sebagai ruang simbolik yang mempresentasikan modernitas, kebersamaan, dan ekspresi diri anggota kelompok arisan luxury di pekanbaru.

**Kata Kunci:** Arisan, Coffee Shop, Perempuan Perkotaan.

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan kota-kota besar di Indonesia menunjukkan dinamika yang pesat, termasuk Kota Pekanbaru sebagai ibu kota Provinsi Riau. Kota ini mengalami transformasi signifikan dalam berbagai aspek, mulai dari pembangunan infrastruktur, pertumbuhan ekonomi, hingga perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan. Proses urbanisasi yang masif serta meningkatnya sektor perdagangan dan jasa mendorong Pekanbaru tumbuh menjadi kota modern dengan pola interaksi sosial yang semakin beragam (Bustaman et al., 2021).

Salah satu fenomena yang menandai perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan ialah maraknya bisnis kuliner, khususnya *coffee shop*. Tempat ini kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana menikmati kopi, tetapi telah menjadi bagian dari gaya hidup modern masyarakat. Konsep interior yang estetik, menu yang variatif, serta suasana yang nyaman menjadikan *coffee shop* sebagai destinasi populer bagi berbagai kalangan, termasuk kelompok arisan perempuan (Dandi et al., 2023).

Arisan sendiri merupakan fenomena sosial yang telah lama mengakar dalam budaya masyarakat Indonesia. Selain memiliki fungsi ekonomi melalui sistem pengumpulan dana bergilir, arisan juga menjadi wadah interaksi sosial dan simbol kebersamaan (Latifa & Hakim, 2023). Arisan tidak hanya berfungsi sebagai sarana menabung, tetapi juga sebagai aktivitas sosial yang mencerminkan gaya hidup tertentu (Putriani et al., 2023; Purnamasari, 2019).

Bagi masyarakat perkotaan, terutama perempuan yang memiliki kesibukan ganda sebagai ibu rumah tangga dan pekerja, *coffee shop* dianggap sebagai tempat yang efisien untuk menyelenggarakan arisan. Tempat ini menawarkan kenyamanan tanpa perlu

repot mempersiapkan konsumsi atau membersihkan tempat seperti saat mengadakan arisan di rumah (Putri, 2018; Suryani & Kristiyani, 2021). Daya tarik utama lainnya terletak pada desain interior yang *instagramable* serta fasilitas seperti Wi-Fi dan pendingin ruangan yang mendukung suasana santai dan eksklusif (Kurniati et al., 2022; Boediman et al., 2023).

Fenomena ini diperkuat oleh peran media sosial dalam membentuk citra sosial. Aktivitas arisan yang didokumentasikan melalui unggahan di Instagram, Facebook, atau WhatsApp bukan hanya sekadar bentuk hiburan, tetapi juga sarana membangun eksistensi sosial dan identitas kelompok (Rifa & Haryadi, 2023; Malik, 2024). Pemilihan *coffee shop* yang estetik dan populer menjadi bagian dari strategi simbolik untuk menunjukkan status sosial serta gaya hidup modern.

Di Pekanbaru, salah satu kelompok yang merepresentasikan fenomena ini ialah Arisan Luxury, sebuah komunitas perempuan yang terbentuk sejak 2022 dengan anggota berjumlah 24 orang. Pertemuan arisan rutin diadakan di *coffee shop* ternama dengan nominal iuran sebesar Rp5.000.000 per anggota setiap bulannya. Nilai yang cukup besar serta lokasi yang eksklusif menjadikan kelompok ini menarik untuk dikaji lebih dalam terkait makna sosial di balik aktivitas arisan yang dilakukan di ruang *coffee shop*.

Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan arisan di *coffee shop* tidak lagi sekadar aktivitas ekonomi atau rekreasi, melainkan sarana untuk membangun citra diri dan memperkuat identitas sosial sebagai bagian dari masyarakat urban. Ruang *coffee shop* bertransformasi menjadi simbol status, modernitas, dan interaksi sosial yang bermakna (R. Rizki & Kurniawan, 2023; Ambara, 2019).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berupaya menjawab permasalahan utama yaitu bagaimana makna ruang *coffee shop* bagi perempuan perkotaan dalam kelompok Arisan Luxury di Kota Pekanbaru. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami proses pemaknaan yang terbentuk melalui interaksi sosial para anggota kelompok arisan dengan menggunakan perspektif teori interaksi simbolik yang digagas oleh George Herbert Mead.

### METODE PENELITIAN

Berdasarkan pemaparan latar belakang, penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan mengkaji dan menganalisis secara deskriptif serta mendalam fenomena pemaknaan ruang *coffee shop* bagi perempuan perkotaan. Subjek penelitian ini adalah anggota kelompok Arisan Luxury yang ditentukan dengan teknik purposive sampling. Kriteria untuk menjadi informan penelitian ini adalah menghadiri arisan minimal satu kali pertemuan dalam sebulan yang diadakan di *Coffee Shop* pada 6 bulan terakhir, sudah menjadi anggota minimal 2 tahun, terlibat aktif pada setiap kegiatan arisan. Untuk menjawab rumusan masalah, digunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Penelitian ini memanfaatkan sumber data primer dan data sekunder yang dianalisis secara kualitatif menggunakan model analisis

Miles dan Huberman, dengan tahapan meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kelompok Arisan Luxury di Kota Pekanbaru menunjukkan pola sosial baru di kalangan perempuan perkotaan. Aktivitas arisan yang dulunya identik dengan pertemuan di rumah kini bergeser ke ruang publik seperti Coffee Shop. Pergeseran ini tidak hanya mencerminkan perubahan gaya hidup, tetapi juga menunjukkan bagaimana Coffee Shop menjadi ruang simbolik bagi perempuan untuk membangun identitas, memperluas jaringan sosial, dan menegaskan posisi sosial mereka di lingkungan perkotaan.

Kelompok ini terdiri atas perempuan dengan latar belakang usia, pendidikan, pekerjaan, dan status sosial yang beragam. Sebagian di antaranya bekerja sebagai wiraswasta, pegawai swasta, dan ibu rumah tangga, yang sama-sama aktif memanfaatkan Coffee Shop sebagai tempat berkumpul dan berinteraksi. Keragaman ini menjadi landasan penting untuk memahami bagaimana ruang Coffee Shop dimaknai bukan hanya sebagai tempat rekreasi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang memperkuat eksistensi kelompok.

Berikut disajikan tabel rekapitulasi profil anggota Arisan Luxury yang menjadi fokus penelitian ini.

**Tabel 1 Rekapitulasi Profil Informan**

Nama	Usia (Tahun)	Rata-Rata Penghasilan	Pekerjaan	Pendidikan	Pekerjaan Suami
Cut Evi	53	Rp.14.000.000	Wirausaha	SMA	Usaha Tambang Batu Bara
Dede	55	Rp.30.000.000	Pegawai Swasta	S1	Pegawai Bumh
Maya	42	Rp.15.000.000	Instruktur Senam	SMA	-
Eva	50	Rp.35.000.000	Wiraswasta	S1	Direktur Perusahaan Swasta
Uci	47	-	Ibu Rumah Tangga	S1	Pns
Nina	49	Rp.18.000.000	Wirausaha	SMA	Pensiunan Caltex

Sumber: Olahan Data Penulis, 2025

Setiap anggota kelompok Arisan Luxury memiliki latar belakang sosial,

pekerjaan, dan pengalaman yang beragam dalam mengikuti kegiatan arisan. Keberagaman tersebut tampak dari perbedaan jumlah arisan yang diikuti, status penerimaan arisan, serta sumber dana yang digunakan. Variasi ini menunjukkan adanya dinamika partisipasi antaranggota dalam memaknai kegiatan arisan sebagai bagian dari gaya hidup dan bentuk aktualisasi diri di lingkungan sosial mereka.

**Tabel 2 Rekapitulasi Latar Belakang Kegiatan Anggota Arisan Luxury**

Nama	Sudah Menerima/Belum	Jumlah Arisan yang Diikuti	Sumber Dana Arisan
Cut Evi	Sudah	4	Pribadi
Dede Candra	Sudah	4	Pribadi
Ratna Maya	Sudah	2	Pribadi
Tengku Eva	Belum	3	Pribadi
Sri Suci	Sudah	2	Suami
Nina	Sudah	3	Pribadi

*Sumber: Olahan Data Penulis, 2025*

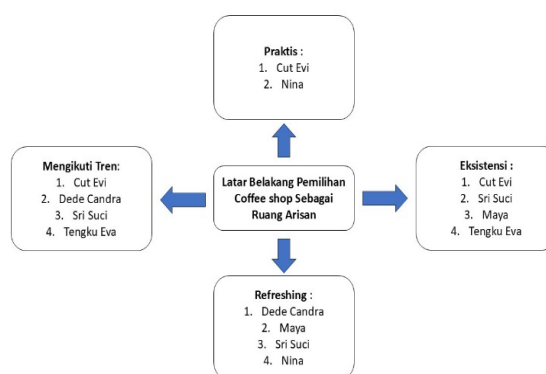
### **LATAR BELAKANG PEMILIHAN COFFEE SHOP SEBAGAI RUANG ARISAN**

Pemilihan Coffee Shop sebagai ruang utama bagi kelompok Arisan Luxury didasari oleh beragam pertimbangan yang mencerminkan kebutuhan dan gaya hidup perempuan perkotaan di Kota Pekanbaru. Coffee Shop dianggap praktis karena menyediakan kenyamanan dan fasilitas yang lengkap tanpa menuntut persiapan rumit seperti halnya arisan di rumah. Bagi para anggota yang memiliki kesibukan di ranah pekerjaan maupun rumah tangga, tempat ini menjadi solusi efisien untuk tetap menjalankan kegiatan arisan dengan suasana santai dan menyenangkan.

Pertimbangan lain berkaitan dengan nilai simbolik dan eksistensi sosial yang melekat pada Coffee Shop. Ruang yang estetik dan populer dipandang mampu merepresentasikan

citra diri sebagai perempuan modern yang aktif serta mengikuti perkembangan zaman. Aktivitas arisan di Coffee Shop tidak hanya dimaknai sebagai ajang berkumpul, tetapi juga sebagai sarana memperkuat identitas kelompok dan menunjukkan status sosial di ruang publik perkotaan. Melalui kehadiran di tempat yang dianggap bergengsi, kelompok ini memperoleh pengakuan sosial dan membangun citra kolektif sebagai bagian dari gaya hidup modern.

Coffee Shop juga dipahami sebagai ruang untuk melepas penat sekaligus mengikuti tren sosial. Suasana yang nyaman, pilihan tempat yang bervariasi, dan nuansa estetik menjadikan kegiatan arisan terasa segar dan rekreatif. Kunjungan ke berbagai Coffee Shop yang sedang populer tidak hanya memberikan pengalaman baru, tetapi juga menjadi bentuk partisipasi dalam dinamika gaya hidup perkotaan. Dengan demikian, pemilihan Coffee Shop oleh kelompok Arisan Luxury mencerminkan kombinasi antara kebutuhan praktis, ekspresi identitas sosial, dan keinginan untuk tetap relevan dengan perkembangan budaya modern.



**Gambar 1 Latar Belakang Pemilihan Coffee Shop Sebagai Ruang Arisan**

*Sumber: Olahan Data Penulis, 2025*

### **PEMAKNAAN RUANG COFFEE SHOP BAGI KELOMPOK ARISAN LUXURY**

Ruang Coffee Shop bagi kelompok *Arisan Luxury* tidak hanya menjadi tempat berkumpul, tetapi juga ruang sosial yang sarat makna dan simbolisme. Coffee Shop berfungsi sebagai wadah bagi perempuan-perempuan urban untuk mengekspresikan diri, memperluas jaringan sosial, serta memperkuat identitas kelompok melalui aktivitas arisan yang mereka lakukan.

Coffee Shop dimaknai sebagai representasi gaya hidup modern. Aktivitas arisan tidak sekadar berkaitan dengan pengumpulan dana, tetapi menjadi bagian dari rutinitas sosial yang identik dengan budaya populer. Kegiatan seperti berfoto, membuat konten media sosial, dan berbagi cerita menjadi bentuk ekspresi feminin sekaligus simbol keterlibatan mereka dalam tren kekinian.

Ruang ini juga mencerminkan simbol tren dan modernitas. Pemilihan tempat arisan sering kali disesuaikan dengan citra kelompok, selera estetika, serta perkembangan kafe yang sedang populer. Hal tersebut menunjukkan adanya kesadaran anggota untuk menampilkan gaya hidup yang dinamis dan relevan dengan perkembangan zaman. Coffee Shop berperan sebagai ruang yang merepresentasikan nilai-nilai modernitas, keindahan visual, dan keterbukaan terhadap budaya baru.

Coffee Shop dipandang pula sebagai simbol status dan prestise. Tempat ini tidak hanya dipilih karena kenyamanannya, tetapi juga karena citra sosial yang melekat padanya.

Mengadakan arisan di Coffee Shop yang estetik dan sedang tren memberikan rasa percaya diri serta kebanggaan bagi anggota, sekaligus menjadi sarana untuk menunjukkan eksistensi sosial di ruang publik.

Selain sebagai ruang sosial, Coffee Shop menjadi wadah ekspresi diri dan peran gender. Arisan Luxury memberikan kesempatan bagi anggotanya untuk menegaskan peran sosial perempuan di luar ranah domestik. Dalam kegiatan ini, para anggota dapat menyalurkan kreativitas, mengambil peran kepemimpinan, serta memperoleh ruang *me-time* untuk melepaskan diri sejenak dari rutinitas rumah tangga.

Coffee Shop juga berfungsi sebagai arena praktik konsumsi simbolik. Aktivitas memesan makanan atau minuman, berfoto, dan membagikan momen ke media sosial mencerminkan nilai-nilai estetika dan simbolik dalam konsumsi. Pilihan menu maupun gaya foto menjadi bagian dari cara menampilkan identitas diri dan status sosial dalam konteks budaya konsumtif perkotaan.

Coffee Shop dimaknai oleh kelompok *Arisan Luxury* sebagai ruang sosial yang merepresentasikan gaya hidup modern, simbol status, ekspresi diri, dan arena konsumsi budaya. Tempat ini tidak hanya berfungsi sebagai lokasi arisan, tetapi juga menjadi medium pembentukan identitas dan eksistensi sosial perempuan urban di tengah dinamika budaya populer masa kini.

**Tabel 5. 3 Pemaknaan Coffee Shop Bagi Kelompok Arisan Luxury**

No.	Informan	Aspek Pemaknaan	Tanggapan
1.	Cut evi	Gaya Hidup, Tren dan Modernitas, Praktis	Menganggap <i>Coffee Shop</i> sebagai tempat nyaman dan praktis untuk arisan, sekaligus mengikuti tren viral agar terlihat gaul dan modern.
2.	Dede candra	Gaya Hidup, Simbol Status, Praktik Konsumsi	Suka mencoba rasa kopi berbeda di tiap tempat, memandang <i>Coffee Shop</i> sebagai ruang modern yang lebih hangat dan santai dibanding arisan di rumah.

3.	Ratna Maya	Gaya Hidup, Simbol Status, Ruang Ekspresi Diri	<i>Coffee Shop</i> dipilih untuk menciptakan suasana baru, menghindari kebosanan, sekaligus memperlihatkan citra kelompok arisan yang keren dan gaul melalui aktivitas nongkrong dan foto-foto.
4.	Sri Suci	Tren & Modernitas, Gaya Hidup	Melihat <i>Coffee Shop</i> sebagai simbol mengikuti perkembangan zaman, menjadikan arisan lebih hangat, santai, namun tetap berkelas dan bergaya modern.
5.	Tengku Eva	Tren & Modernitas, Simbol Status, Praktik Konsumsi	Lebih menekankan pada mengikuti tempat hits/viral, mencoba spot foto baru, serta memperlihatkan citra gaya hidup konsumtif yang identik dengan status sosial.
6.	Nina	Gaya Hidup, Simbol Status, Ruang Ekspresi Diri	Merasa lebih praktis karena tidak perlu repot menyiapkan makanan, suasananya estetik, bisa foto-foto untuk update status, serta simbol gaya hidup.
Persamaan		Semua informan melihat <i>Coffee Shop</i> sebagai bagian dari gaya hidup perkotaan yang praktis, estetik, dan memberi nilai tambah. Seluruhnya juga sepakat bahwa <i>Coffee Shop</i> menegaskan eksistensi sosial serta menjadi simbol status.	
Perbedaan		Fokus tiap informan berbeda: Cut Evi & Sri Suci menekankan tren/modernitas; Dede pada praktik konsumsi (menikmati kopi); Maya & Nina pada ekspresi diri (foto, update status); Eva lebih ke aspek status sosial dan mengikuti tempat viral.	
Analisa Pola		<i>Coffee shop</i> bagi kelompok Arisan Luxury dimaknai sebagai ruang simbolik yang menggabungkan gaya hidup, tren modernitas, ekspresi diri, dan praktik konsumsi. Pemaknaan ini memperkuat identitas kelompok sebagai perempuan urban yang ingin tampil modern, gaul, dan berkelas.	

Sumber: Olahan Data Penulis, 2025

### **ANALISIS KEGIATAN ARISAN LUXURY DALAM PERSPEKTIF INTERAKSI SIMBOLIK**

Kegiatan Arisan Luxury mencerminkan praktik sosial yang sarat makna simbolik. Dalam pandangan teori interaksi simbolik Herbert Blumer dan Mead, setiap tindakan, objek, maupun simbol yang digunakan anggota kelompok tidak hanya memiliki fungsi praktis, tetapi juga dimaknai melalui proses interaksi sosial yang berulang. Coffee Shop, makanan, aturan kelompok, hingga gaya berpakaian menjadi medium pertukaran makna yang membentuk identitas kolektif perempuan urban di Kota Pekanbaru.

Pemilihan Coffee Shop bukan sekadar keputusan tempat, melainkan simbol gaya hidup modern dan

eksistensi sosial. Pergeseran lokasi arisan ke kafe yang sedang tren menunjukkan adanya kesepakatan bersama untuk merepresentasikan citra kelompok sebagai perempuan yang mengikuti perkembangan zaman. Kegiatan arisan juga menjadi arena pembentukan diri (self), di mana anggota membangun citra melalui respon sosial teman-temannya terhadap penampilan, gaya hidup, dan perilaku di ruang publik.

Berbagai aturan kelompok seperti sistem undian, besaran iuran, serta penentuan *dress code* memperlihatkan simbol keadilan, prestise, dan solidaritas. Iuran besar dipahami bukan semata komitmen finansial, tetapi penanda status sosial yang membedakan kelompok ini dari arisan biasa. Demikian pula keseragaman busana berfungsi sebagai

simbol kesatuan identitas dan kebersamaan dalam komunitas.

Tindakan konsumsi seperti memilih makanan dan minuman estetik atau membagikan momen ke media sosial menjadi bentuk komunikasi simbolik yang menegaskan status, selera, dan gaya hidup modern. Proses interaksi tersebut melahirkan kesepahaman kolektif tentang makna “kekinian” dan memperkuat rasa kebersamaan antaranggota.

Arisan Luxury merupakan arena simbolik tempat perempuan perkotaan menegosiasikan identitas, memperkuat solidaritas, dan menampilkan status sosial melalui simbol-simbol modernitas. Aktivitas arisan yang dilakukan di Coffee Shop menjadi cermin dari praktik interaksi simbolik yang merepresentasikan dinamika sosial dan budaya perempuan urban masa kini.

## SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemilihan Coffee Shop oleh kelompok *Arisan Luxury* di Kota Pekanbaru didasari oleh alasan kepraktisan, mengikuti tren gaya hidup modern, sebagai sarana menunjukkan eksistensi di ruang publik, serta sebagai tempat rekreasi dan melepas penat dari rutinitas sehari-hari.

Pemaknaan ruang Coffee Shop bagi kelompok *Arisan Luxury* mencakup lima hal utama, yaitu: (1) representasi gaya hidup modern, (2) simbol tren dan modernitas, (3) penanda status dan prestise sosial, (4) ruang ekspresi diri melalui penampilan dan aktivitas sosial, serta (5) praktik konsumsi yang mencerminkan identitas sosial perempuan perkotaan.

## DAFTAR PUSTAKA

Agustin, N., Soleh, A., & Susena, K. C. (2024). Caffe Shop Business : Trend Gaya Hidup Milenial , Identitas Sosial Dan Desain Coffee Shop Caffe Shop Business : Millennial Lifestyle Trends , Social Identity And Coffee Shop Design. *Seminar*

*Nasional Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 177-184.

Anggriani, Ayudya, & Sukmajati. (2025). Inclusion Coffee Shop as Third Place: User Design and Experience Perrpective. *BORDER Jurnal Arsitektur*, 7(1).

Argeto, V., Karina, A., Hertati, L., Terttiaavini, Heryati, A., & Asmawati. (2021). Sosialisasi Mahasiswa Indo Global Mandiri Pengembangan Coffee Shop Kopi Eksis Pkm Menggunakan E-Commerce. *Journal of Sustainable Community Service*, 1(3), 150-163. <https://doi.org/10.55047/jscs.v1i3.412>

Boediman, V. J., Tasik, F. C. ., & Kawung, E. (2023). Gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa kost (studi kasus pada mahasiswa Fisip Unsrat). *Journal Ilmiah Society*, 3(1), 1-6.

Bustamam, N., Yulyanti, S., & Septiana Dewi, K. (2021). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Indikator Kesejahteraan Masyarakat di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAM*, 32(1), 85-92. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(1\).7677](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(1).7677)

Citrarningsih, D., & Noviandari, H. (2022). Interaksionisme Simbolik: Peran Kepemimpinan Dalam Pengambilan Keputusan. *Social Science Studies*, 2(1), 72-86. <https://doi.org/10.47153/sss21.3152022>

Dandi, L., Afwa, A., & Hasan, H. (2023). Pengaruuh store atmosphere dan social media promotion terhadap keputusan pembelian pada coffee shop di Pekanbaru (studi kasus rehat coffee). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(1), 158-166.

Efendi, E., Fadila, F., Tariq, K., Pratama, T., & Azmi, W. (2024). Interaksionisme Simbolik dan Praktamis. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(3), 1088-1095. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v4i3.514>

Emzir. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*.

Hesty Fazar Afriani, Sembada, W. Y., & Sutowo, I. R. (2022). Interaksi Simbolik Pada Organisasi Persit Kartika Chandra Kirana Cabang Xvi Batalyon Arhanud 13. *Communications*, 4(2), 244-261. <https://doi.org/10.21009/communications.4.2.8>

Iskandar, I. (2019). Faktor Pendorong

Respon Komunitas Pondok Pesantren Madura Terhadap Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 5(1), 66–72. <https://doi.org/10.29040/jiei.v5i01.363>

Kurniati, N., Zulkarnain, Z., & Lestari Garnasih, R. (2022). Strategi Meningkatkan Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi, Orientasi Pasar, Dan Kewirausahaan Pada Coffee Shop Di Kota Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 10(3), 244–255. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v10i3.1675>

Latifa, A., & Hakim, Z. A. (2023). Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Perawatan Kulit (Skin-care) ditinjau dari Kontrol Diri pada Anggota Komunitas Arisan Bhayangkari. *Jurnal Psikologi Terapan (JPT)*, 4(2), 72. <https://doi.org/10.29103/jpt.v4i2.10210>

Malik, A. (2024). *Tesis Mugiya Aljandi Malik MIK*.

Nugroho, A. C. (2021). Teori Utama Sosiologi Komunikasi (Fungsionalisme Struktural, Teori Konflik, Interaksi Simbolik). *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(2).

Petty Arisanti. (2021). Tren Gaya Hidup Milenial, Identitas Sosial dan Desain Coffe Shop Petty Arisanti. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18(4), 579–590.

Purnamasari, I. (2019). *Arisan Thalia: Gaya Hidup Para Sosialita Jember*.

Putri, S. M. S. S. (2018). Makna Gaya Hidup “Brand Minded” pada Konsumen Sosialita. *Idea: Jurnal Humaniora*, 84–95. <https://doi.org/10.29313/idea.v0i0.4176>

Putriani, Fitri, L. E., & Rafiqi. (2023). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi Masyarakat Muslim Mengikuti Arisan Online (Studi Kasus pada Komunitas Arisan Online Jambi)*. 4(2), 125–131.

Qazzafi, S. (2020). Factor Affecting Consumer Buying Behavior: A Conceptual Study. *IJSRD-International Journal for Scientific Research & Development*, 8(2), 1205–1208.

Rifa, A., & Haryadi, R. N. (2023). *The Influence of Individual Creativity and Product Innovation on Coffee Shop Barista Career Development in Pekanbaru*. 11(2), 691–703.

Rizki, B. A., & Marsudi, E. (2022). ( The

Impact Of The Covid-19 Pandemic On The Culinary Business Of The Coffee Shop Ulee Kareng District Banda Aceh City ). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian*, 7(November), 515–522.

Rizki, R., & Kurniawan, H. (2023). Identifikasi Transformasi Spasial Pada Rumah-Coffee Shop Di Kota Pekanbaru. *Tesa Arsitektur*, 21(1), 27–39. <https://doi.org/10.24167/tesa.v21i1.10111>

Saidang, & Suparman. (2019). Pola Pembentukan Solidaritas Sosial dalam Kelompok Sosial Antara Pelajar. *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 3(2), 122–126. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v3i2.140>

Sireki, & Wibisono. (2022). Karakteristik Third Place dan Tipologi Kafe di Yogyakarta: Kasus Kasawan Karangwuni dan Sekitarnya. *Tataloka*, 22(3), 435–452.

Suryani, C. D., & Kristiyani, D. N. (2021). Studi Fenomenologi Pada Gaya Hidup Baru Anak Muda Sebagai Pengunjung Coffee Shop Di Kota Salatiga. *PRecious: Public Relations Journal*, 1(2), 177–201.

Susanto, A., Wahyuni, Mirawati, Muharram, B., Asdar, Taufiq, M., Nasrullah, Nisar, Aulia Karim, P., Murida, I., Rahma, S., Febri, M. Z., Musmuliana, Nugrahayu, Imran, M. A. I., Masna, Ilham, Aisyah, N., Karvina, ... Sakti. (2020). *Biografi tokoh-tokoh sosiologi klasik sampai postmodern*. IAIN Parepare.

Wahyono, E. (2018). Komunikasi Kelompok: Studi Dialog Komunitas Dalam Pengembangan Masyarakat di Perkotaan. *Nyimak (Journal of Communication)*, 2(2), 113–130. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v2i2.961>

Widi, R. K. (2010). *Asas Metodologi Penelitian*. Graha Ilmu.

Zainul Ahwan, Anwar, K., & Ninuk Riswandari. (2023). Self Concept- Indigenous Local Leadership Dukun Pandita Sebagai Pemangku Adat Suku Tengger Di Desa Tosari Kabupaten Pasuruan. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(2), 205–222. <https://doi.org/10.51339/ittishol.v4i2.1227>

Zanki, H. A. (2020). Teori Psikologi Dan Sosial Pendidikan (Teori Interaksi Simbolik). *Scolae: Journal of Pedagogy*, 3(2). <https://doi.org/10.56488/scolae.v3i2.82>