

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Setiap masyarakat dalam kehidupannya mengalami perubahan, meskipun ruang lingkup perubahan tidak terlalu luas. Perubahan yang terjadi di dalam masyarakat seperti perubahan pada nilai-nilai sosial, norma sosial, pola perilaku, susunan lembaga kemasyarakatan, kekuasaan dan wewenang, interaksi sosial dan lain sebagainya pasti akan menimbulkan perubahan di dalam masyarakat. Di samping kebutuhan dan kepentingan masyarakat akan selalu berkembang terus dan semakin pesat, sehingga diperlukan perubahan agar kebutuhan dan kepentingan tersebut dapat terpenuhi secara wajar

Menurut Selo Soemardjan, mendefinisikan perubahan sosial adalah perubahan perubahan pada lembaga lembaga kemasyarakatan didalam suatu masyarakat, yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk di dalamnya nilai-nilai, sikap, dan pola perilaku diantara kelompok kelompok dalam masyarakat (Soekanto, 2007: 263). Perubahan sosial adalah perubahan fungsi kebudayaan dan perilaku manusia dan masyarakat dari keadaan tertentu ke keadaan yang lain

salah satu faktor penyebab perubahan sosial adalah kemajuan teknologi dan komunikasi seperti yang terjadi di Kecamatan Pangalengan dengan mudahnya akses terhadap informasi mempengaruhi pola pikir dan gaya hidup terutama di kalangan

generasi *Millennial*. Perubahan yang paling menonjol saat ini terjadi adalah munculnya kedai dan *caffe* yang berdampak pada gaya hidup generasi *Millennial* Pangalengan

Gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lainnya. Gaya hidup pribadi menimbulkan permintaan akan pencarian barang, jasa, ataupun aktivitas secara pribadi yang membentuk pola pergaulan yang dirasakan. Gaya hidup merupakan pola tingkah laku sehari-hari individu atau golongan manusia di dalam masyarakat yang menghabiskan waktu, uang, dan diri sendiri. Orang-orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup individu merupakan pola hidup di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat dan opini (Nugroho J. Setiadi, 2003)

Gaya hidup adalah seperangkat praktik dan sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan orang yang bersangkutan yang tercermin dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya (Chaney, David. 1996)

Pola-pola kehidupan sosial yang khusus seringkali di sederhanakan dengan istilah budaya, memang budaya biasa didefinisikan sebagai keseluruhan gaya hidup suatu masyarakat, kebiasaan/adat istiadat, sikap dan nilai-nilai mereka, serta pemahaman yang sama untuk menyatukan mereka sebagai sebuah masyarakat. Hal ini merupakan penyalahgunaan gagasan tentang gaya hidup, sementara itu gaya hidup tergantung pada bentuk-bentuk kultural, masing-masing merupakan

gaya, tata krama, tempat yang mereka tuju, dan waktu tertentu yang merupakan ciri khas atau karakteristik, tetapi bukanlah keseluruhan pengalaman sosial mereka.

Seiring dengan perkembangan *lifestyle* identitas sangat penting sebagai pelengkap dari *lifestyle* itu sendiri. Gaya hidup sebagian dari remaja cenderung berorientasi pada nilai kebendaan dan prestise. Segala sesuatu yang menimbulkan kesan modern dan membawa prestise cenderung diminati oleh Generasi *Millennial*.

Dengan berjalannya waktu arus globalisasi menjadikan modernisasi semakin menjamur, berbagai bentuk modernisasi banyak bermunculan. Salah satu bentuk modernisasi yaitu gaya hidup. Di kalangan Generasi *Millennial* Pangalengan dengan banyak munculnya tempat *Ngopi* sebagai ruang publik yang nyaman untuk melepas penat dari rutinitas sehari-hari.

Namun dengan adanya modernisasi tersebut seakan menghipnotis dan membius semua orang terutama generasi *Millennial* untuk menikmati kopi, ditambah lagi saat ini banyak tempat *Ngopi* yang menyediakan fasilitas-fasilitas yang tidak membosankan, dan memberikan kepuasan bagi pengunjungnya dengan memberikan design interior yang unik dan bertema, wifi, musik, karaokean, spot foto yang bagus dan lainnya sehingga makin menarik dan membuat pengunjung betah untuk berlama-lama berada di tempat *Ngopi*.

Pada awalnya *Ngopi* hanyalah aktifitas mengisi waktu luang dan tempat untuk beristirahat dai kepenatan namun perkembangannya kini tempat *Ngopi* menjadi

sebuah kebiasaan yang penting untuk menghabiskan waktu luang maupun waktu beraktifitas sehari-hari dari berbagai suku yang berbeda, tepat *Ngopi* memiliki peran yang memberikan ruang untuk berkreasi, berdiskusi, dan hiburan

Istilah *Ngopi* yang muncul pada masyarakat Priangan berbeda dengan pengertian umum yang semestinya. Bagi masyarakat Priangan, istilah *Ngopi* tak berarti hanya menikmati kopi tapi merangkum pengertian yang luas dari segala macam bentuk acara makan kecil atau cemilan.

Istilah *Ngopi* yang berbeda ini konon berawal dari kebiasaan para petani yang menjadikan biji kopi kering sebagai cemilan saat menunggu kedatangan rekannya untuk pergi bersama ke perkebunan, kebiasaan itu dilakukan juga di rumah-rumah masyarakat sekitar perkebunan yang dihidangkan bersama kudapan ringan lainnya tak heran hingga saat ini di sebagian daerah di Priangan yang pernah ada perkebunan kopi masih mengistilahkan *Ngopi* ketika mereka menyantap kudapan ringan meskipun pada kesempatan itu tidak ada hidangan air kopi.

Pergeseran makna *Ngopi* yang berkembang di masyarakat Priangan tidak lepas dari gaya hidup pembesar yang menjadikan kopi sebagai minuman istimewa meskipun perkebunan kopi menjamur namun penikmat kopi di tatar Sunda umumnya terbatas pada kalangan menak dan pembesar Belanda saja. Bahkan, di sebagian tempat kopi merupakan minuman mewah yang hanya disajikan kepada tamu terhormat (Mujaffar, 2018).

Masyarakat yang ingin menikmati kopi, mesti mencampukannya dengan biji jagung yang sudah di bakar atau memanfaatkan sisa kopi dalam jelaga pembakaran. Memasuki awal abad ke-20, budaya minum kopi menjadi gaya hidup masyarakat urban terutama di kota-kota besar di Priangan seperti Bandung. Berdirinya pabrik-pabrik kopi di Bandung, seperti Fabrik Kopi Aroma, Javaco, dan Malabar memudahkan akses orang-orang untuk menikmati kopi.

Pabrik-pabrik kopi tersebut menyediakan ragam olahan kopi baik yang sudah di sangrai maupun yang sudah di giling untuk para pelanggan setianya. Pabrik Kopi Aroma yang berdiri sejak tahun 1930 di jalan Bancey menawarkan jenis kopi kualitas terbaik dengan menyimpan biji kopi selama bertahun-tahun sebelum diolah. Begitupun toko kopi Javaco yang sukses memasarkan produknya secara luas biasanya kopi-kopi produksi Javaco dijajakan di toko-toko roti, pusat-pusat perbelanjaan, atau kedai-kedai kopi. Bagi masyarakat Priangan kopi bukan sekedar komoditas yang mendatangkan keuntungan ekonomi semata, tapi telah meresap dalam kehidupan dan menemani keseharian mereka (Mujaffar, 2018).

Menurut (KBBI) kamus besar bahasa indonesia café adalah tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik dimana pengunjungnya dapat memesan minuman, seperti kopi, the, bir, dan kue-kue. Istilah café paling umum ditemukan di negara Prancis yang kemudian diadopsi oleh kota-kota di Inggris pada akhir abad ke-19. Istilah kafe(café) berasal dari kata coffee yang berarti kopi. Kafe merupakan tempat yang cocok untuk bersantai, melepas penat serta bertemu dengan

kerabat. Jadi dapat dikatakan tujuan utama dibuatnya café adalah tempat untuk bersantai dan meminum berbagai jenis minuman serta makanan ringan dan kue-kue.

Kedai kopi telah menjadi fenomena atau malah mungkin budaya baru yang menjawab kebutuhan masyarakat modern. Kedai kopi mengukuhkan keberadaan baru bagi masyarakat melalui bertemunya beragam orang, suku, agama, lembaga, status sosial dan bahkan identitas multikultur. Dalam pandangan yang lebih luas kedai kopi juga bagian dari subkultur yang mempertemukan berbagai budaya dan identitas baru

Berkurangnya ruang publik yang nyaman dan fleksibel membuat café dan kedai kopi menjadi ruang alternatif yang perlahan menjadi pilihan utama untuk berinteraksi dan bersosialisasi baik bersama keluarga, teman-teman atau kerabat kerja. Café dan kedai kopi telah menjadi pilihan mengisi waktu. Dengan banyaknya café dan kedai kopi bermunculan dengan gaya dan konsep serta fasilitas yang berbeda maka akan semakin menarik masyarakat untuk datang ke café dan kedai kopi tersebut lebih sering lagi.

Café dan kedai kopi adalah sebuah wadah yang memberikan tempat bagi masyarakat khususnya generasi *Millennial* Pangalengan untuk berkomunikasi satu sama lain. Café dan kedai kopi selalu dijadikan opsi untuk melakukan interaksi masyarakat Kecamatan Pangalengan. Tidak sedikit yang mengaku bahwa café dan kedai kopi dapat memberikan inspirasi dan informasi.

Fungsi sosial café dan kedai kopi sebagai kegiatan ekonomi dapat dilihat dari perubahan yang terjadi dibidang produksi, konsumsi dan distribusi. Café dan kedai

kopi juga dapat dikatakan sebagai budaya dalam lingkungan sederhana, dalam hal ini dapat dilihat perubahan-perubahan sosial budaya sebagai akibat dari industrialisasi kopi.

Kecamatan Pangalengan merupakan wilayah yang dipilih sebagai lokasi penelitian. Karena wilayah Pangalengan adalah kampung halaman penulis dan memiliki keindahan tersendiri bagi penulis.

Pangalengan merupakan suatu daerah yang terletak di selatan wilayah Kabupaten Bandung. Daerah yang pegunungan yang sejuk dan indah. Pada tanggal 2 September 2009 terjadi gempa besar yang berpusat di Tasikmalaya, namun karena Pangalengan berada pada daerah dataran tinggi dan rawan gempa tidak luput dari dampak yang cukup besar baik dari segi fisik dan sosial. setelah gempa di Pangalengan terjadi, hal itu merubah kehidupan masyarakat setempat.

Kehidupan masyarakat di Pangalengan sangat terasa perubahannya pasca gempa itu terjadi. Selama 3 tahun dari 2009 sampai 2012 adalah masa daerah Pangalengan melakukan perbaikan infrastruktur dari sana mulailah terjadi perubahan sosial dengan mulai bermunculan warnet-warnet hampir ada di setiap desa.

Pengguna warnet saat itu kebanyakan adalah anak-anak dan remaja namun ini tidak bertahan lama hanya sampai tahun 2014, para pengusaha warnet mulai banyak yang gulung tikar. Lalu fenomena sosial selanjutnya adanya sengketa kepemilikan SPBU di Pangalengan sehingga di akhir tahun 2014 sampai pertengahan 2015 SPBU tutup, dari sana mulai marak pedagang bensin eceran yang menjual dengan harga

tinggi, setelah sengketa kepemilikan berakhir dan SPBU mulai beroperasi lagi maka lambat laun pedagang bensin eceran mulai berkurang. Perubahan terjadi tidak hanya sampai sana tetapi di akhir tahun 2015 Selama tiga tahun terakhir di Pangalengan banyak bermunculan tempat-tempat *Ngopi* baik itu berbentuk café atau kedai kopi.

Setiap tempat *Ngopi* memiliki kopi unggulan masing-masing dan rata-rata hanya menyediakan kopi dari Pangalengan. Beberapa brand besar seperti Kopi Luwak Malabar, Malabar Mountain, dan Kopi Gunung Tilu selain menjual biji kopi mereka juga memiliki cafe yang sering di datangi oleh penikmat kopi dari penjuru dunia. Kedai kopi di Pangalengan saat ini mulai banyak dan menawarkan brand-brand kopi baru dari Pangalengan. Generasi *Millenial* Pangalengan lebih banyak berkunjung ke kedai kopi karena dirasa lebih murah dan bermasyarakat.

Manusia hidup dengan kebutuhan inilah yang akan menjadi satu elemen yang penting motivasi yang mengarahkan individu untuk berperilaku. Tahap pencarian identitas, serta konformitas tinggi pada kelompok, membuat remaja menjadi dekat dengan gaya hidup tertentu.

Tak jarang kemudian gaya hidup ini mendasari perilaku konsumsi masyarakat muda. Hal ini dimanfaatkan oleh produsen dan pemasar untuk memasarkan bisnisnya, seperti fenomena bergesernya fungsi caffè dan kedai kopi yang kini tidak hanya menyediakan kopi, tetapi juga menjual gaya hidup yang digemari oleh masyarakat muda.



Gaya hidup sering disalah gunakan oleh sebagian besar generasi *Millennial*, mereka cenderung bergaya hidup dengan mengikuti mode masa kini. Tentu saja mode yang mereka tiru adalah mode dari orang barat. Jika mereka dapat memfilter dengan baik dan tepat, maka pengaruhnya positif, begitu juga sebaliknya. Generasi *Millennial* tidak pernah terlepas dari yang namanya tren gaya hidup. Tren gaya hidup selalu menuntut sebuah perubahan yang cepat.

Berdasarkan uraian di atas bahwa fenomena munculnya *caffee* dan kedai kopi bukan hanya tempat jual beli semata, namun mempengaruhi gaya hidup generasi *Millennial* khususnya di Pangalengan. Alasan-alasan inilah yang menjadi daya tarik café dan kedai kopi begitu mempesona bagi penikmatnya. Hal ini menarik untuk dikaji, keberadaan café dan kedai kopi di Pangalengan terus berkembang dan menjadi tempat berkumpulnya masyarakat dalam rutinitas kesehariannya. Hal ini yang membuat penulis melakukan penelitian terkait dengan **Fenomena Ngopi Sebagai Gaya Hidup Generasi *Millennial* (Perubahan Perilaku dan Perubahan Sosial di Kecamatan Pangalengan)**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka yang menjadi identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Kebiasaan *Ngopi* (aktifitas mengonsumsi kopi ) menjadi salah satu kebutuhan bagi sebagian masyarakat,

2. Kebiasaan *Ngopi* (aktifitas mengonsumsi kopi ) menjadi gaya hidup bagi generasi muda Pangalengan
3. Café dan kedai kopi sebagai ruang publik untuk bersantai, berdiskusi dan berinteraksi.
4. Modernisasi yang mempengaruhi perubahan gaya hidup masyarakat khususnya generasi *Millenial* Pangalengan.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Seperti yang telah diuraikan diatas, terdapat banyak masalah yang teridentifikasi. Maka perlu adanya pembatasan masalah agar lebih terfokus dalam penelitian ini. Untuk menghindari permasalahan tersebut maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada *Ngopi* (aktivitas minum kopi) sebagai gaya hidup pada generasi *Millenial* Kecamatan Pangalengan.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian masalah yang telah dijelaskan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana *Ngopi* menjadi gaya hidup generasi *Millenial* Pangalengan ?
2. Bagaimana *Ngopi* merubah gaya hidup masyarakat Pangalengan ?
3. Bagaimana upaya masyarakat menjadikan *Ngopi* sebagai gaya hidup ?

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui *Ngopi* merubah gaya hidup masyarakat Pangalengan
2. Untuk mengetahui upaya msasyarakat menjadikan *Ngopi* sebagai gaya hidup
3. Untuk mengetahui *Ngopi* menjadi gaya hidup generasi *Millenial* Pangalengan

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharap memiliki manfaat secara teoritis dan manfaat secara praktis urainya sebagai berikut :

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Manfaat secara teoritis semoga bisa menambah pemahaman teoritis uraiannya sebagai berikut :

1. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan/pengetahuan untuk dapat mengaplikasikan ilmu yang telah diperoleh selama kuliah, sehingga mendapatkan suatu pengalaman teori dan kenyataan lapangan.
2. Bagi civitas akademik, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberi kajian tentang bidang ilmu sosial terutama sosiologi.

### **1.6.2 Manfaat Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna memberikan masukan bagi penelitian lain mengenai kebiasaan *Ngopi* dan menjadi masukan bagi pemerintah khususnya di Kecamatan Pangalengan.

Penelitian ini juga di harapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan maupun alternative pemikiran bagi penentu kebijakan dalam menentukan keputusan aturan publik.

## 1.7 Kerangka Pemikiran

Setiap masyarakat selama hidup mengalami perubahan. Ada perubahan-perubahan yang mempengaruhinya terbatas maupun luas, serta ada pula perubahan pengaruh yang lamban tetapi ada juga yang berjalan cepat. Perubahan ini hanya akan ditentukan oleh seseorang yang sempat meneliti susunan dan kehidupan suatu masyarakat pada suatu waktu dan membandingkannya dengan susunan dan kehidupan masyarakat tersebut pada waktu yang lampau (Rahardjo. 1999).

Perilaku sosial adalah terjadinya suatu pergeseran tekanan ke arah keyakinan, motivasi, dan tujuan pada diri anggota masyarakat, yang semuanya memberi isi dan bentuk kepada kelakuannya (Weber, 2014)

gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan satu orang dengan yang lainnya (Chaney, 2003) gaya hidup yaitu pola perilaku yang dibentuk oleh setiap individu yang menciptakan sebuah kebiasaan yang permanen apabila selalu dilakukan, dan bersifat semi permanen apabila pola perilaku tersebut sudah tidak lagi sesuai dengan kepribadian mereka.

Gaya hidup bisa dipengaruhi oleh berbagai macam hal dan dari faktor manapun. Tentunya hal ini akan menimbulkan dampak negatif dan positif dari setiap tindakan yang dilakukan. Salah satunya contoh kebudayaan dari luar dengan cara mengakses internet.

Gaya hidup adalah cara mengekspresikan diri agar sesuai dengan cara-cara seperti apa seseorang ingin dipersepsikan sehingga dapat diterima oleh

kelompok sosial dengan pola-pola perilaku tertentu. Gaya hidup sangat berkaitan erat dengan perkembangan jaman dan teknologi. Semakin bertambahnya zaman dan semakin canggihnya teknologi, maka semakin berkembang luas pula penerapan gaya hidup oleh manusia dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup dapat memberikan pengaruh yang positif atau negatif bagi yang menjalankannya, tergantung dari bagaimana seseorang menjalani gaya hidup tersebut.

Manusia hidup dengan kebutuhan inilah yang akan menjadi satu elemen yang penting motivasi yang mengarahkan individu untuk berperilaku. Tahap pencarian identitas pada masyarakat muda, serta konformitas tinggi pada kelompok, membuat mereka menjadi dekat dengan gaya hidup tertentu. Tak jarang kemudian gaya hidup ini mendasari perilaku konsumsi masyarakat muda.

Generasi *Millennial* disini adalah masyarakat yang lahir di atas tahun 1980-an hingga 2011. Rentan waktu lahir ini sering di kenal dengan istilah generasi Y dan Z atau lebih di kenal dengan generasi milenial. Dalam esai berjudul “*The Problem of Generation*” sosiolog Mannheim mengenalkan teorinya tentang generasi. Menurutnya, manusia-manusia di dunia ini akan saling memengaruhi dan membentuk karakter yang sama karena melewati masa sosio-sejarah yang sama. Sebagai gambaran singkat, Generasi *Millennial*, yang juga punya nama lain Generasi Y, adalah kelompok manusia yang lahir di atas tahun 1980-an hingga 1997.

Mereka disebut *Millennial* karena satu-satunya generasi yang pernah melewati milenium kedua sejak teori generasi ini diumumkan pertama kali oleh Karl Mannheim pada 1923. Pada 2012, ketika jurnalis Bruce Horowitz mengenalkan Generasi Z, rentang umur yang digunakan masih belum jelas. Tapi istilah itu mulai sering dipakai usai presentasi dari agen pemasaran Sparks and Honey viral pada 2014. Di sana, rentang umur yang dipakai mendeskripsikan Generasi Z adalah anak-anak yang lahir 1995 hingga 2014. Terlepas perbedaan tahun tersebut, mereka semua sepakat kalau Generasi Z adalah orang-orang yang lahir di generasi internet generasi yang sudah menikmati keajaiban teknologi usai kelahiran internet. (Aulia Adam, 2017).

Pola dan gaya hidup generasi *Millennial* pada saat ini sedang mengalami perubahan, seperti meningkatnya aktivitas kehidupan sosial, sehingga sering kali membuat remaja menghabiskan waktu di luar bersama anggota dan kelompok sosial mereka. Berkumpul atau nongkrong setelah menjalani berbagai aktivitas bukan hal yang asing lagi bagi generasi *Millennial*. Kehidupan sosial membuat generasi *Millennial* Pangelengan yang cepat beradaptasi dan cepat terpengaruh oleh berbagai hal termasuk dapat dipengaruhi oleh kelompok-kelompok yang terbentuk. Manusia merupakan makhluk sosial yang selalu berinteraksi dan berhubungan dengan orang lain seperti keluarga, pasangan, dan teman.

Dewasa ini, generasi *Millennial* lebih memilih untuk menghabiskan waktu senggangnya dengan hangout di kedai kopi atau *coffee* untuk sekadar berkumpul bersama teman-teman. Mengunjungi kedai kopi telah menjadi kebiasaan bagi

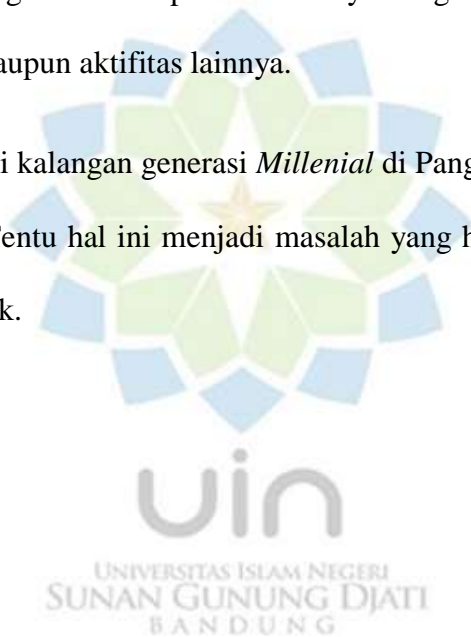
sebagian generasi *Millennial*. Aktivitas tersebut biasanya dilakukan setelah bekerja, kuliah atau setelah aktivitas penting lainnya. Hal ini bertujuan untuk melepas penat, yaitu dengan berkunjung ke kedai kopi, kemudian berdiam diri dapat menghibur diri sekaligus menikmati alunan musik akustik dan menikmati suasana yang lebih tenang di kedai kopi.

Bagi sebagian generasi *Millennial* aktivitas ini dapat membuat pikiran menjadi rileks, dan pikiran menjadi fresh. Selain itu berkunjungnya ke kedai kopi untuk mengerjakan tugas kuliah atau kantor sembari minum kopi. Tugas kuliah yang sebagian mereka kerjakan diantaranya adalah mengerjakan skripsi, makalah, laporan kerja dan tugas karya ilmiah lainnya. Karena dengan mengerjakan di kedai ini ia mendapatkan inspirasi tersendiri sehingga tugas yang dikerjakan cepat selesai.

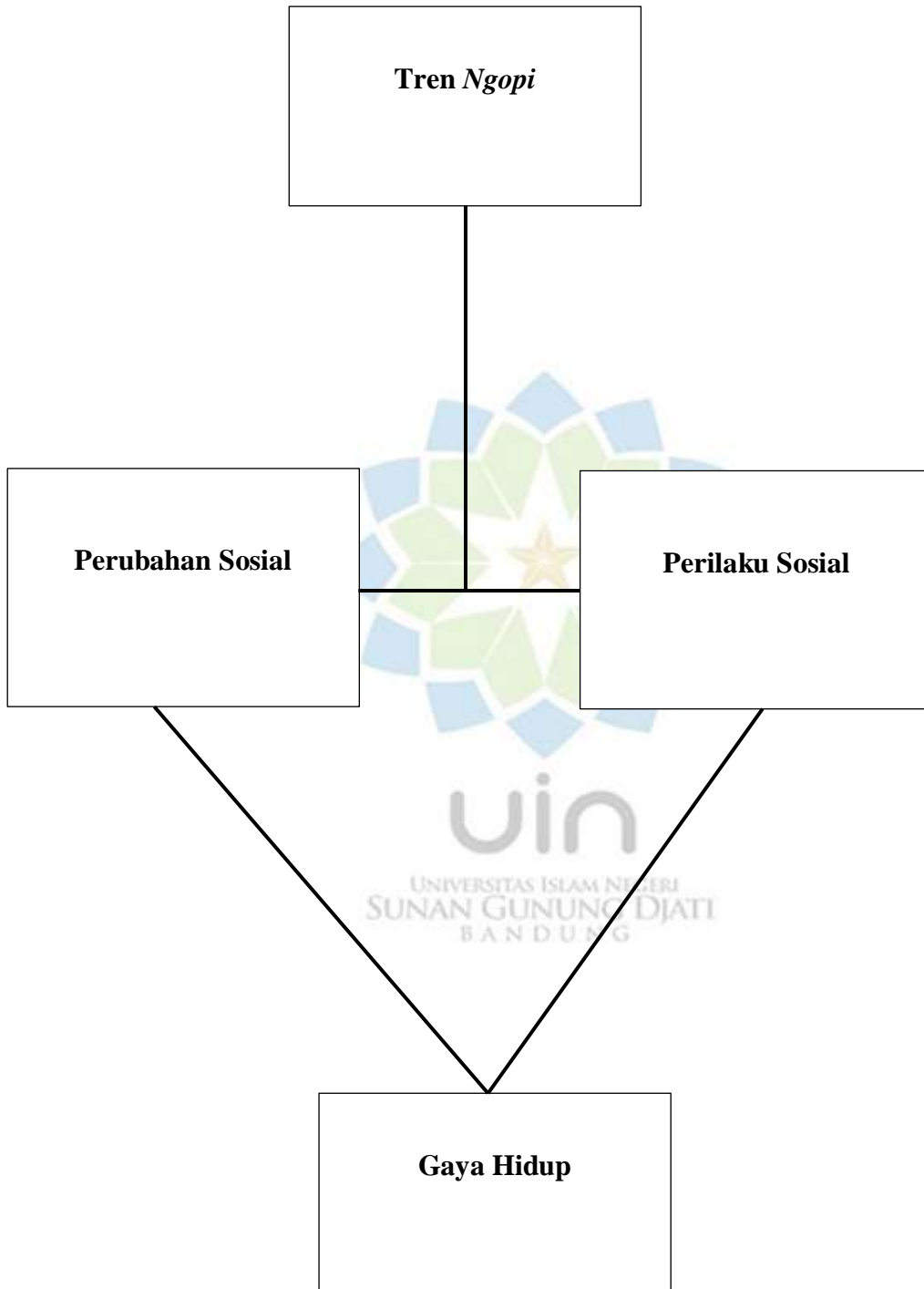
Salah satu tujuan lain berkunjung ke kedai kopi yaitu untuk menghabiskan waktu bersama teman, hangout, “nongkrong”. Disaat ngumpul bersama teman, hal yang sering dilakukan adalah ngobrol, saling bercanda/bersenda gurau, reuni teman sekolah dan berfoto-foto. Suasana seperti inilah yang menjadi pilihan generasi *Millennial* untuk berkumpul, dan kedai menjadi arena interaksi sosial bagi remaja. Kemudian bagi remaja yang sudah mempunyai pasangan, tidak jarang para remaja menjadikan kedai kopi sebagai tempat berkencan/ berpacaran. Sehingga Munculnya kedai-kedai kopi menjadi pilihan baru bagi generasi *Millennial* di Pangalengan.

Seperti hal yang sudah dijelaskan di atas, maka erat kaitannya dengan teori perilaku sosial, yang berarti perubahan atau pergeseran sikap dan perilaku masyarakat ke arah yang memiliki tujuan tersendiri. Fenomena yang terjadi di Kecamatan Pangalengan saat ini merupakan perubahan perilaku, dimana yang awalnya generasi *Millenial* setelah selesai dari kegiatan keseharian langsung pulang ke rumah tetapi saat ini yang terjadi di Kecamatan Pangalengan keadaan sudah berbeda dari sebelumnya. Kebanyakan mereka menghabiskan separuh waktunya nongkrong di *coffee* atau kedai kopi, ngobrol-ngobrol ataupun aktifitas lainnya.

Fenomena *Ngopi* di kalangan generasi *Millenial* di Pangalengan ini ada dampak positif dan negatifnya. Tentu hal ini menjadi masalah yang harus di perdalam untuk dicarikan solusi yang baik.







**Gambar 1.1**  
**Skema Konseptual**



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG