

## DAFTAR ISI

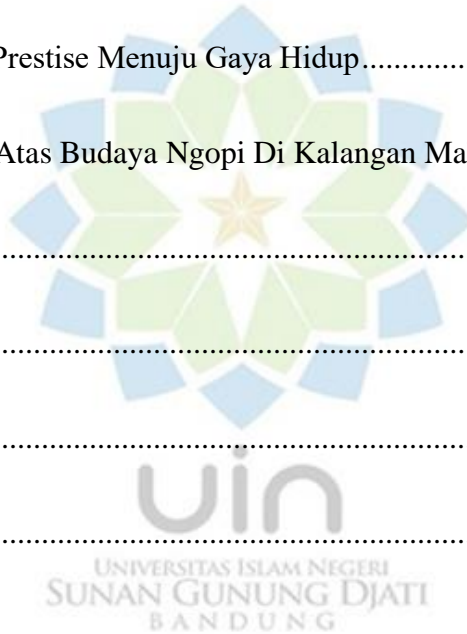
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Rumusan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.5.1 Manfaat Teortitis .....	7
1.5.2 Manfaat Praktis .....	7



1.6 Kerangka Pemikiran.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Tinjauan Teoritis .....	13
2.2.1 Perubahan Sosial .....	13
2.2.2 Tindakan Sosial .....	18
2.2.3 Teori Tindakan Sosial Max Weber .....	19
2.2.4 Teori Konsumerisme Jean Baudrillard.....	22
2.2.5 Teori Interaksionisme Simbolik George Herbert Mead.....	27
2.2.6 Mahasiswa.....	28
2.2.7 Budaya Ngopi.....	31
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1 Pendekatan dan Metode Penelitian .....	32
3.2 Sumber Data.....	33
3.3 Jenis Data .....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4.1 Observasi.....	36

3.4.2 Wawancara.....	36
3.4.3 Dokumentasi .....	38
3.5 Teknik Analisis Data.....	38
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>42</b>
4.1 Kondisi Objek Penelitian .....	42
4.1.1 Kondisi Objek Penelitian Kelurahan Cipadung .....	42
4.1.2 Demografi .....	44
4.1.3 Mata Pencaharian dan Pendidikan .....	46
4.2 Kedai Kopi dijadikan Sebagai Tempat Nongkrong Bagi Mahasiswa.....	47
4.2.1 Motif Sosial.....	48
4.2.2 Kenyamanan.....	54
4.2.3 Banyaknya Pilihan Jenis Kopi .....	55
4.2.4 Adanya Akses Jaringan Sosial .....	57
4.2.5 Menaikkan Citra Diri .....	58
4.3 Bentuk Aktivitas Ngopi Mahasiswa Di Kelurahan Cipadung .....	58
4.3.1 Nongkrong Di Coffeeshop Sebagai Media Aktualisasi Diri.....	61

4.3.2 Memanfaatkan Fasilitas Internet (WiFi).....	62
4.3.3 Ngopi Sebagai Media Berinteraksi .....	64
4.3.4 Ngopi Sebagai Partner Kerja.....	66
4.4 Ngopi Sebagai Simbol Gaya Hidup Dan Konsumerisme .....	66
4.4.1 Ngopi Sebagai Konsumsi Simbolik Prestise.....	66
4.4.2 “Ngopi”: Dari Prestise Menuju Gaya Hidup.....	70
4.5 Analisis Sosiologi Atas Budaya Ngopi Di Kalangan Mahasiswa.....	73
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	78
5.1 Simpulan .....	78
5.2 Saran.....	79
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	80
<b>LAMPIRAN</b> .....	83
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	88



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	41
Tabel 4. 1 Jumlah Penduduk Menurut Usia.....	45



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Skema Kerangka Berfikir..... 11

