

## ABSTRAK

Generasi X identik dengan gaya hidup yang sederhana, namun realitanya di Kota Bandung menunjukkan bahwa perempuan generasi X kini gemar *ngopi* di kedai kopi. Dulu aktivitas *ngopi* hanya sekadar minum kopi, namun sekarang berkembang menjadi budaya yang bersifat konsumtif. Penelitian ini mengkaji makna dan motif budaya *ngopi* di kedai kopi pada kalangan perempuan generasi X di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam kepada 15 informan perempuan generasi X di Kota Bandung yang dipilih berdasarkan *purposive sampling*, selanjutnya dianalisis menggunakan teknik analisis data fenomenologi. Hasil penelitian pada konteks makna menunjukkan bahwa *ngopi* di kedai kopi sebagai simbol melepas kepenatan, ruang curhat, bagian dari gaya hidup, sebagai identitas sosial, ruang bersosialisasi, dan lingkungan sosial terdekat membentuk budaya *ngopi* ini. Selain itu pada konteks motif menunjukkan bahwa tujuan mereka yaitu untuk mendapatkan inspirasi, *me time*, keingintahuan tempat *ngopi* baru, kebutuhan konten untuk postingan di media sosial, dan rasa ingin mengulang kenangan masa lalu. Temuan tersebut menunjukkan bahwa budaya *ngopi* lebih dari sekadar aktivitas konsumsi, melainkan sebagai praktik sosial yang kaya akan makna dan memiliki motif bagi perempuan generasi X di Kota Bandung.

**Kata Kunci:** Budaya *ngopi*, kedai kopi, perempuan generasi X, makna, Kota Bandung.