



Rekonstruksi Keseimbangan Hidup dan Kesehatan Mental Pekerja Generasi Z Menghadapi Boreout di Coffee Shop

Dicko Helmi Susanto*, I Putu Dharmawan Pradhana, Ni Nyoman Sri Wisudawati, I Gusti Ayu Wirati Adriati

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional

Abstrak: Penelitian ini mengeksplorasi fenomena boreout suatu kondisi kebosanan kronis dan kurangnya tantangan yang dialami oleh pekerja Generasi Z di industri coffee shop. Meskipun sektor ini menawarkan estetika visual yang menarik atau sering disebut sebagai aesthetic labour, realitas kerja yang repetitif dan monoton sering kali memicu understimulation yang berdampak negatif pada kesehatan mental. Tujuan penelitian ini adalah untuk menginvestigasi secara mendalam bagaimana pekerja Generasi Z di sebuah coffee shop di Kuta merekonstruksi keseimbangan hidup (work-life balance) dan menjaga kesehatan mental mereka saat menghadapi boreout. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi terhadap tujuh informan, termasuk barista, rekan kerja, dan psikolog praktisi. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles, Huberman, dan Gioia berbantuan NVivo 14. Hasil penelitian menunjukkan bahwa boreout pada barista bukan disebabkan oleh kelelahan fisik, melainkan stagnasi intelektual dan rutinitas tanpa makna. Pekerja Generasi Z merespons kondisi ini melalui strategi job crafting yang adaptif: Problem-Focused (pengembangan skill mandiri), Emotion-Focused (aktivitas healing), serta Meaning-Focused (membangun koneksi emosional). Kesimpulan utama studi ini adalah bahwa harmoni kehidupan (work-life harmony) bagi pekerja muda tercapai dengan mengintegrasikan nilai personal ke dalam rutinitas kerja, bukan sekadar memisahkan waktu kerja dan pribadi.

Kata kunci: Boreout, Generasi Z, Kesehatan Mental, Coffee Shop, Work-Life Harmony, Job Crafting.

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emak.v7i1.3622>

*Correspondence: Dicko Helmi Susanto

Email: dickohelmi23@gmail.com

Received: 13-11-2025

Accepted: 26-12-2025

Published: 10-01-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study explores the phenomenon of boreout, a condition of chronic boredom and lack of challenge experienced by Generation Z workers in the coffee shop industry. Although this sector offers attractive visual aesthetics, often referred to as aesthetic labor, the reality of repetitive and monotonous work often triggers understimulation, which negatively impacts mental health. The purpose of this study is to investigate in depth how Generation Z workers in a coffee shop in Kuta reconstruct their work-life balance and maintain their mental health when facing boreout. This study uses a qualitative method with a phenomenological approach. Data were collected through in-depth interviews, participant observation, and documentation with seven informants, including baristas, coworkers, and practicing psychologists. Data analysis was conducted using the Miles, Huberman, and Gioia model with the help of NVivo 14. The results show that boreout in baristas is not caused by physical exhaustion, but rather by intellectual stagnation and meaningless routines. Generation Z workers respond to this situation through adaptive job crafting strategies: Problem-Focused (independent skill development), Emotion-Focused (healing activities), and Meaning-Focused (building emotional connections). The main conclusion of this study is that work-life harmony for young workers is achieved by integrating personal values into work routines, not simply separating work and personal time.

Keywords: Boreout, Generation Z, Mental Health, Coffee Shop, Work-Life Harmony, Job Crafting.

Pendahuluan

Pertumbuhan industri *coffee shop* di Indonesia telah bertransformasi menjadi fenomena bisnis yang sangat dinamis, terutama di kawasan wisata strategis seperti Kuta, Bali. Di wilayah ini, kedai kopi bukan lagi sekadar tempat menjual komoditas minuman, melainkan telah berevolusi menjadi ruang "gaya hidup" yang menawarkan pengalaman spasial dan interaksi sosial. Menjamurnya kedai kopi modern, mulai dari jaringan global hingga kedai *artisan* lokal, menciptakan permintaan tenaga kerja yang besar, khususnya dari kalangan angkatan kerja muda. Fenomena ini menciptakan ekosistem bisnis yang sangat kompetitif, di mana kualitas pelayanan dan atmosfer toko menjadi pembeda utama yang menentukan keberhasilan usaha.

Bagi Generasi Z, profesi sebagai barista di *coffee shop* memiliki daya tarik tersendiri yang sering kali dipandang prestisius secara sosial. Pekerjaan ini dianggap menawarkan citra "keren", modern, dan *aesthetic* yang sangat selaras dengan identitas digital mereka di media sosial (Szabo, 2020). Selain itu, lingkungan kerja yang didominasi oleh rekan sebaya dan suasana yang santai sering kali menjadi alasan utama mengapa banyak lulusan baru atau mahasiswa memilih sektor ini sebagai batu loncatan karier mereka. Persepsi publik terhadap profesi ini sering kali dikaitkan dengan kreativitas seni menyeduh kopi (*latte art*) dan interaksi sosial yang menyenangkan.

Namun, di balik citra visual yang memikat tersebut, terdapat realitas kerja yang kompleks yang dikenal sebagai *aesthetic labour*. Dalam konsep ini, pekerja tidak hanya dituntut memiliki keterampilan teknis (*hard skill*), tetapi juga diwajibkan untuk mengelola penampilan fisik dan ekspresi emosi mereka sesuai dengan standar merek perusahaan. Pekerja harus senantiasa tampil ramah, energik, dan menarik, terlepas dari kondisi emosional atau kelelahan mental yang mereka rasakan. Tuntutan untuk terus-menerus melakukan "akting" emosional ini sering kali tidak disadari sebagai beban kerja, namun secara perlahan mengikis energi psikologis para pekerja.

Lebih jauh lagi, realitas operasional di lapangan sering kali sangat kontras dengan bayangan kreativitas yang diharapkan. Pekerjaan di *coffee shop*, terutama pada jaringan waralaba besar, sangat terstruktur, mekanis, dan repetitif. Rutinitas harian didominasi oleh tugas-tugas berulang seperti kalibrasi mesin *espresso*, pembersihan area (*cleaning*), pencucian peralatan, dan pelayanan pelanggan menggunakan skrip percakapan yang baku. Standardisasi yang ketat ini (SOP) sering kali membatasi ruang gerak pekerja untuk berinovasi atau mengekspresikan diri, mengubah mereka menjadi sekadar operator mesin daripada seniman kopi.

Kondisi kerja yang monoton ini menjadi sangat problematis ketika dibenturkan dengan karakteristik unik Generasi Z. Generasi ini dikenal sebagai kelompok yang sangat menghargai makna kerja (*meaning of work*), membutuhkan umpan balik instan, dan memiliki keinginan kuat untuk pengembangan diri yang cepat (Li, Zhang & Sun, 2022; Seyfi et al., 2024). Ketika hasrat untuk berkembang dan berkreativitas terbentur oleh tembok rutinitas yang kaku, timbul ketimpangan psikologis. Generasi Z yang mengharapkan lingkungan kerja yang dinamis justru terjebak dalam stagnasi aktivitas yang tidak menantang kapasitas intelektual mereka.

Ketimpangan yang berkepanjangan antara ekspektasi dinamis pekerja muda dengan realitas kerja yang monoton memicu fenomena psikologis yang disebut *boreout*. Berbeda dengan *burnout* yang populer dan disebabkan oleh beban kerja berlebih (*overstimulation*) serta stres kronis (Anand et al., 2024), *boreout* justru muncul akibat *understimulation*. *Boreout* terjadi ketika karyawan merasa kapasitas kemampuannya jauh melebihi tuntutan pekerjaannya, sehingga menimbulkan rasa bosan yang kronis, perasaan tidak berguna, dan kehilangan makna (Stocker et al., 2021). Bahaya *boreout* sering kali terabaikan karena penderitanya tidak terlihat "sakit" atau lelah secara fisik, namun secara mental mengalami kekosongan yang parah.

Dampak *boreout* tidak bisa diremehkan dan bisa sama merusaknya dengan *burnout*. Harju, Hakanen, dan Schaufeli (2016) menegaskan bahwa *boreout* dapat menyebabkan penurunan kesejahteraan yang drastis, meningkatkan absensi mental (*presenteeism*), dan memicu keinginan untuk keluar dari pekerjaan (*turnover intention*). Dalam konteks industri pariwisata dan layanan di Bali, di mana keramahan adalah komoditas utama, pekerja yang mengalami *boreout* berisiko memberikan layanan yang apatis dan mekanis, yang pada akhirnya merugikan citra bisnis dan kepuasan pelanggan.

Sayangnya, penelitian terdahulu mengenai kesehatan mental di tempat kerja masih sangat didominasi oleh topik *burnout*. Studi-studi yang membahas *boreout*, seperti penelitian Ayyavaz et al. (2024), cenderung berfokus pada sektor korporat formal atau pekerjaan kantoran (*white-collar*). Sementara itu, studi di sektor pariwisata seperti yang dilakukan Abubakar et al. (2021) lebih banyak menggunakan pendekatan kuantitatif umum. Masih terdapat kesenjangan penelitian (*research gap*) yang signifikan mengenai bagaimana *boreout* dialami secara subjektif oleh Generasi Z di sektor informal seperti *coffee shop*, serta bagaimana mereka melakukan negosiasi ulang terhadap peran mereka untuk bertahan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengalaman *boreout* pada pekerja Generasi Z di *coffee shop* dan menganalisis strategi rekonstruksi *work-life harmony* yang mereka terapkan sebagai solusi adaptif.

Tinjauan Pustaka

Behavioral Constraints Theory

Behavioral Constraints Theory menawarkan kerangka kerja untuk memahami bagaimana individu bereaksi terhadap lingkungan yang membatasi kebebasan bertindak atau mengontrol situasi. Teori ini berpostulat bahwa ketika seseorang merasa kendali atas lingkungannya hilang misalnya akibat aturan yang terlalu kaku, prosedur operasional standar (SOP) yang membelenggu, atau tugas yang monoton maka akan timbul ketidaknyamanan psikologis.

Dalam konteks *coffee shop*, SOP yang ketat dapat dipersepsikan sebagai "kekangan perilaku". Individu merespons kendala ini melalui dua mekanisme utama:

1. Reactance Psikologis: Upaya aktif untuk mendapatkan kembali kendali, yang bisa berwujud perilaku menyimpang konstruktif (inovasi di luar aturan) atau destruktif.
2. Learned Helplessness (Ketidakberdayaan yang Dipelajari): Jika upaya mendapatkan kendali gagal berulang kali, individu akan menyerah, menjadi pasif, dan apatis. Respons

pasif inilah yang menjadi cikal bakal terbentuknya sindrom *boreout* (karyawan hadir secara fisik namun "absen" secara mental).

Fenomena *Boreout* dan Dimensi Psikologisnya

Boreout bukan sekadar rasa bosan biasa, melainkan kondisi psikologis patologis akibat kurangnya tantangan kerja (*under-challenged*) yang berkepanjangan. Berbeda dengan *burnout* yang muncul karena kelelahan emosional akibat beban kerja berlebih, *boreout* muncul dari kehampaan aktivitas yang bermakna. Stocker et al. (2021) dan Poirier & Feldman (2021) mengidentifikasi tiga dimensi konstitutif *boreout*:

1. Krisis Makna (*Crisis of Meaning*): Dimensi inti di mana karyawan merasa pekerjaannya tidak memiliki tujuan, nilai, atau kontribusi nyata. Bagi Generasi Z yang *value-driven*, bekerja hanya untuk gaji tanpa dampak sosial menciptakan disonansi kognitif yang kuat.
2. Kebosanan di Tempat Kerja (*Job Boredom*): Keadaan emosional negatif yang ditandai dengan rendahnya gairah (*low arousal*), di mana waktu terasa berjalan sangat lambat dan karyawan merasa terjebak dalam rutinitas.
3. Kebosanan Pertumbuhan (*Growth Boredom*): Perasaan stagnasi profesional di mana individu merasa kemampuannya tidak berkembang, tidak ada hal baru yang dipelajari, dan potensi dirinya terbuang sia-sia.

***Job Crafting* sebagai Strategi Rekonstruksi**

Untuk mengatasi defisit stimulasi dalam pekerjaan, Wrzesniewski dan Dutton memperkenalkan konsep *Job Crafting*. Ini adalah proses proaktif di mana karyawan secara mandiri mendesain ulang pekerjaan mereka agar selaras dengan motif, kekuatan, dan minat pribadi. Tims & Bakker (2010) memperluas konsep ini ke dalam *Job Demands-Resources (JD-R) model*, yang meliputi tiga bentuk utama:

1. *Task Crafting* (Modifikasi Tugas): Menambah tugas baru yang lebih menantang atau mengubah cara melakukan tugas lama agar lebih menarik.
2. *Relational Crafting* (Modifikasi Relasi): Mengubah kuantitas atau kualitas interaksi dengan orang lain (rekan kerja atau pelanggan) untuk mendapatkan dukungan sosial atau makna baru.
3. *Cognitive Crafting* (Modifikasi Kognitif): Mengubah cara pandang terhadap pekerjaan. Misalnya, melihat peran barista bukan sebagai "pembuat kopi", tetapi sebagai "pencipta pengalaman pagi yang menyenangkan".

Dalam industri jasa, dikenal pula istilah *Service-Oriented Job Crafting*, di mana karyawan berinovasi dalam layanan untuk memberikan nilai tambah yang unik bagi pelanggan sekaligus kepuasan batin bagi diri sendiri (Kim et al., 2018).

Transformasi Konsep: *Work-Life Balance* Menuju *Work-Life Harmony*

Konsep *Work-Life Balance* (WLB) tradisional cenderung memandang pekerjaan dan kehidupan pribadi sebagai dua entitas terpisah yang saling bersaing dalam *zero-sum game*

Fokus WLB adalah pada pembagian waktu yang "adil" dan pemisahan batas (*boundary segmentation*) yang tegas untuk mencegah konflik peran.

Namun, bagi Generasi Z yang terintegrasi secara digital (*hyper-connected*), pemisahan tegas ini sering kali tidak realistis. Oleh karena itu, literatur terkini mengajukan konsep Work-Life Harmony atau *Work-Life Integration*. Konsep ini menekankan pada sinergi positif antar peran (*positive spillover*), di mana kepuasan dalam satu domain (misalnya, kreativitas di tempat kerja) memperkaya domain lain (kebahagiaan pribadi), dan sebaliknya (Lupu & Ruiz-Castro, 2021). *Harmony* berfokus pada fleksibilitas psikologis dan kualitas pengalaman, bukan sekadar aritmatika pembagian jam kerja. Dalam konteks ini, kesejahteraan tercapai ketika individu dapat mengekspresikan nilai-nilai otentik mereka di kedua domain kehidupan tersebut secara koheren.

Metodologi

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi fenomenologi transendental (*transcendental phenomenology*). Pendekatan ini dipilih karena peneliti bertujuan untuk menggali esensi dari "pengalaman yang dihayati" (*lived experience*) para pekerja Gen Z, serta memahami bagaimana mereka memaknai fenomena kebosanan kerja (*boreout*) secara subjektif tanpa intervensi prasangka peneliti (*epoché*). Fokus utamanya adalah memahami struktur kesadaran informan dalam menghadapi rutinitas yang monoton.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di gerai SB Coffee yang berlokasi di kawasan wisata Kuta, Bali. Lokasi ini dipilih secara purposif dengan pertimbangan unik: gerai ini memiliki volume pelanggan yang tinggi dan fluktuatif (sangat ramai saat *peak season*, sangat sepi saat *low season*), yang menciptakan kontras ekstrem antara tekanan kerja tinggi dan periode kekosongan aktivitas. Dinamika ini dinilai ideal untuk memotret kemunculan *boreout*. Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, mulai dari Agustus hingga Oktober 2024, untuk menangkap variasi siklus kerja tersebut.

Partisipan dan Teknik Sampling

Informan dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* diikuti dengan *snowball sampling*. Kriteria inklusi partisipan meliputi:

1. Pekerja aktif Generasi Z (kelahiran 1997–2012).
2. Bekerja sebagai barista *full-time* minimal selama 6 bulan (periode di mana fase "bulan madu" pekerjaan biasanya telah berakhir dan rutinitas mulai terbentuk).
3. Mengindikasikan gejala awal kebosanan atau penurunan motivasi dalam pra-survei informal.

Total partisipan berjumlah 7 orang, terdiri dari:

- a. 4 Informan Kunci: Barista Gen Z yang mengalami indikasi *boreout*.
- b. 2 Informan Pendukung: Rekan kerja senior untuk triangulasi perspektif perilaku kerja sehari-hari.

- c. 1 Informan Ahli: Psikolog Industri/Klinis untuk memvalidasi temuan dari perspektif kesehatan mental.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui tiga metode utama untuk memastikan kekayaan data:

1. Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*): Dilakukan secara semi-terstruktur dengan durasi 45–60 menit per sesi. Pertanyaan difokuskan pada perasaan saat bekerja, persepsi terhadap rutinitas, dan aktivitas yang dilakukan saat jam sepi.
2. Observasi Partisipan (*Participant Observation*): Peneliti terlibat secara pasif di lokasi untuk mengamati perilaku non-verbal saat "waktu mati" (*dead time*), seperti postur tubuh, ekspresi wajah, interaksi antar staf, dan penggunaan gawai.
3. Dokumentasi: Pengumpulan data sekunder berupa jadwal *shift* kerja, log harian operasional, dan foto situasi kerja (dengan izin) untuk memberikan konteks pada narasi informan.

Analisis Data dan Keabsahan Data

Analisis data dilakukan menggunakan Model Interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang dikombinasikan dengan pendekatan analisis Gioia et al. (2013) untuk ketajaman teoritis. Tahapan analisis meliputi:

1. Reduksi Data: Transkrip wawancara dikoding untuk mengidentifikasi istilah asli informan (*1st Order Concepts*).
2. Penyajian Data: Kode-kode tersebut dikelompokkan menjadi tema-tema yang lebih abstrak (*2nd Order Themes*) dan dimensi agregat (*Aggregate Dimensions*).
3. Penarikan Kesimpulan: Menyusun model teoretis hubungan antar dimensi.

Keabsahan data diuji melalui Triangulasi Sumber (membandingkan pernyataan barista dengan rekan kerja) dan Triangulasi Metode (membandingkan hasil wawancara dengan observasi lapangan), serta *Member Checking* dengan mengonfirmasi kembali ringkasan temuan kepada informan kunci.

Hasil dan Pembahasan

Profil Informan dan Dinamika *Boreout* sebagai Kekosongan Intelektual

Sebelum membahas dinamika *boreout* secara mendalam, penting untuk memetakan karakteristik informan guna memahami konteks pengalaman mereka. Tabel 1 di bawah ini menyajikan profil demografis singkat dari partisipan penelitian.

Tabel 1. Profil Informan Kunci Barista

Informan	Peran
Informan 1	Dosen Praktisi Psikolog (Informan Kunci)
Informan 2	Karyawan SB Coffee (Informan Utama)
Informan 3	Karyawan SB Coffee (Rekan Kerja Informan Utama)
Informan 4	Karyawan SB Coffee (Informan Utama)
Informan 5	Karyawan SB Coffee

3. Krisis Makna (*Crisis of Meaning*): Ini adalah dimensi terdalam. Informan merasa pekerjaan mereka kehilangan esensi. Alih-alih merasa sebagai *artisan* kopi, mereka merasa seperti "robot operator mesin". INF-4 menyatakan: "*Kadang mikir, aku ini barista atau cuma tukang pencet tombol mesin? Tidak ada seni yang bisa aku banggakan ke customer.*"

Rekonstruksi Keseimbangan Hidup melalui Strategi Koping

Menghadapi tekanan *boreout*, pekerja Generasi Z tidak tinggal diam. Mereka melakukan rekonstruksi keseimbangan hidup melalui strategi koping yang adaptif, mentransformasi situasi kerja yang membosankan menjadi peluang ekspresi diri.

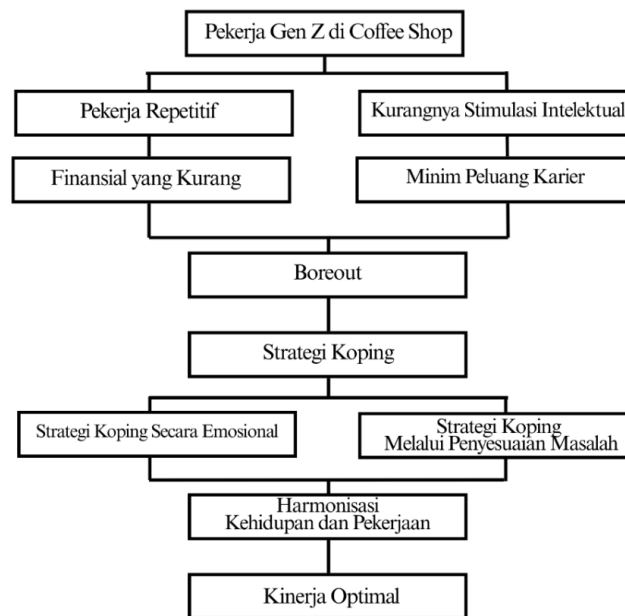
1. *Problem-Focused Coping*: Seni *Job Crafting* Pekerja secara aktif memodifikasi tugas mereka untuk menambah tingkat kesulitan dan tantangan (*Task Crafting*).
 - a. Eksperimentasi Teknik: Saat toko sepi, barista melakukan eksperimen kalibrasi rasa atau berlatih pola *latte art* yang kompleks (seperti *swan* atau *rosetta*) yang melebihi standar dasar perusahaan. Aktivitas ini mengubah "waktu mati" menjadi sesi pelatihan mandiri.
 - b. Dokumentasi Visual: Bukti dari aktivitas ini sering kali didokumentasikan sebagai portofolio digital.
2. *Emotion-Focused Coping*: Ritual Pemulihan Diri (*Healing*) Strategi ini berfokus pada manajemen emosi untuk menjaga kewarasan.
 - a. *Micro-breaks* Digital: Penggunaan gawai di sela-sela pesanan bukan sekadar kemalasan, melainkan mekanisme disosiasi singkat untuk mereset fokus mental.
 - b. *Nature-based Recovery* : Kuta yang dekat dengan pantai dimanfaatkan sebagai ruang pemulihan. Ritual "melihat *sunset* sepulang kerja" menjadi pemisah tegas (*boundary*) antara stres kerja dan kehidupan pribadi, mendukung teori *restorative environments* (Kaplan, 1995).
3. *Meaning-Focused Coping*: Humanisasi Layanan Strategi paling unik adalah *Relational Crafting*, di mana barista mengubah interaksi transaksional menjadi relasional.
 - a. Koneksi Emosional: Barista secara proaktif mengajak pelanggan mengobrol di luar topik pesanan. Interaksi manusiawi yang otentik ini memberikan "suntikan dopamin" dan rasa keberhargaan diri yang hilang akibat tugas mekanis.
 - b. Validasi Sosial: Pujian pelanggan terhadap kopi buatan mereka menjadi validasi eksternal yang menggantikan kurangnya pengakuan dari sistem manajemen yang kaku.

Pembahasan: Rekonstruksi Menuju *Work-Life Harmony*

Temuan penelitian ini memberikan perspektif baru dalam memandang kesehatan mental pekerja layanan. Berbeda dengan *Behavioral Constraints Theory* klasik yang memprediksi respons pasif (*helplessness*) terhadap lingkungan yang mengekang, Generasi Z menunjukkan agensi yang kuat melalui *Job Crafting*.

Model rekonstruksi yang ditemukan (Gambar 3) menunjukkan pergeseran paradigma:

- Dari Koping Reaktif (menunggu lelah baru istirahat) \rightarrow Menjadi Koping Proaktif (mencegah bosan dengan menciptakan tantangan).
- Dari *Work-Life Balance* (pemisahan tegas waktu kerja-hidup) \rightarrow Menjadi *Work-Life Harmony* (integrasi nilai personal ke dalam kerja).



Gambar 2. Model Konseptual Rekonstruksi *Harmony* Pekerja Gen Z

Pekerja Gen Z mencapai harmoni bukan dengan membatasi pekerjaan, tetapi dengan "menjahit ulang" (*crafting*) pekerjaan tersebut agar sesuai dengan identitas mereka. Ketika mereka diizinkan membawa sisi otentik mereka ke tempat kerja (misalnya: hobi fotografi kopi, humor dengan pelanggan), tingkat *boreout* menurun drastis. Hal ini menegaskan bahwa obat untuk *boreout* bukanlah pengurangan beban kerja (seperti pada *burnout*), melainkan penambahan makna dan otonomi.

Simpulan

Penelitian ini memberikan wawasan empiris baru bahwa fenomena *boreout* yang dialami oleh pekerja Generasi Z di industri *coffee shop* bukanlah sekadar kebosanan biasa, melainkan sebuah krisis eksistensial akibat ketimpangan antara kapasitas intelektual pekerja dengan tuntutan pekerjaan yang bersifat mekanis dan repetitif. Temuan ini membantah stigma bahwa Gen Z adalah "generasi lemah"; sebaliknya, mereka menunjukkan agensi yang kuat dalam menghadapi tekanan mental melalui mekanisme rekonstruksi diri.

Secara spesifik, simpulan penelitian ini adalah:

- Akar Masalah: *Boreout* muncul karena "kekosongan intelektual" (*intellectual void*) di mana otomatisasi mesin dan SOP yang kaku mematikan kreativitas, memicu perasaan stagnansi kompetensi (*growth boredom*) dan krisis makna (*crisis of meaning*).
- Strategi Adaptasi: Pekerja melakukan *Job Crafting* secara mandiri melalui tiga dimensi: *Task Crafting* (menambah kerumitan teknik seduh), *Relational Crafting* (membangun

persahabatan dengan pelanggan), dan *Cognitive Crafting* (memaknai ulang peran mereka sebagai artisan).

3. Pergeseran Paradigma: Konsep *Work-Life Balance* (pemisahan tegas) tidak lagi relevan bagi Gen Z. Mereka mencapai kesejahteraan mental (*well-being*) melalui *Work-Life Harmony*, yaitu ketika mereka diberi otonomi untuk mengintegrasikan identitas personal dan hobi mereka ke dalam rutinitas profesional.

Saran Berdasarkan temuan di atas, rekomendasi berikut diajukan untuk implikasi praktis dan teoretis:

1. Implikasi Praktis bagi Manajemen Industri Kopi (*Coffee Shop Owners*)
 - a. Penerapan *Structured Autonomy*: Manajemen disarankan untuk melonggarkan SOP kaku dengan memberikan "ruang kreasi" sebesar 10-20% dari jam kerja. Misalnya, mengizinkan barista menciptakan *signature menu* bulanan atau mengadakan kompetisi *latte art* internal. Hal ini efektif untuk memitigasi *growth boredom*.
 - b. Humanisasi SOP Pelayanan: Ubah skrip pelayanan yang robotik menjadi panduan komunikasi yang fleksibel. Izinkan barista menampilkan kepribadian mereka saat berinteraksi dengan pelanggan untuk meningkatkan keterlibatan emosional dan mengurangi perasaan menjadi "operator mesin".
2. Implikasi Praktis bagi Pekerja Generasi Z
 - a. Proaktivitas Karir: Disarankan untuk tidak pasif menunggu instruksi. Lakukan *micro-innovations* pada tugas harian untuk menjaga stimulasi mental.
 - b. Manajemen Batasan Digital: Meskipun *micro-breaks* dengan gawai membantu sesaat, pekerja disarankan memperbanyak interaksi fisik atau aktivitas sensoris (seperti *cupping* kopi) sebagai metode *healing* yang lebih restoratif.
3. Implikasi Teoretis bagi Penelitian Selanjutnya
 - a. Perluasan Konteks: Peneliti selanjutnya diharapkan menguji model *boreout* ini pada sektor *gig economy* lain (seperti *driver* ojol atau kurir) yang juga memiliki karakteristik kerja repetitif namun otonomi tinggi.
 - b. Pendekatan Kuantitatif: Mengembangkan skala pengukuran "Boreout pada Sektor Informal" untuk memvalidasi korelasi antara *monotonous tasks* dengan *turnover intention* secara statistik pada populasi yang lebih luas.

Referensi

- Abubakar, A. M., Rezapouraghdam, H., Behraves, E., & Megeirhi, H. A. (2021). Burnout or Boreout: A Meta-Analytic Review. *Tourism Management*, 83, 104244.
- Agrawal, D.K. (2023). COVID-19-induced shopping behavioural shifts justifying pandemic as 'defining moment' for generation Z. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 51(5), 611-628, ISSN 0959-0552, <https://doi.org/10.1108/IJRDM-10-2022-0364>
- Anand, P., et al. (2024). Quiet Quitting as a Defense Mechanism against Burnout in Hospitality. *International Journal of Hospitality Management*, 118, 103658.

- Ayvaz, S., et al. (2024). The Silent Crisis: Understanding Boreout in Corporate Settings. *Journal of Business Psychology*, 39(2), 215-230.
- Bizzotto, N. (2023). The Empowering Role of Web-Based Help Seeking on Depressive Symptoms: Systematic Review and Meta-analysis. *Journal of Medical Internet Research*, 25, ISSN 1438-8871, <https://doi.org/10.2196/36964>
- Galanis, P., et al. (2023). The Relationship between Burnout and Quiet Quitting in Gen Z. *Archives of Environmental & Occupational Health*, 78(5), 289-299.
- Gioia, D. A., Corley, K. G., & Hamilton, A. L. (2013). Seeking Qualitative Rigor in Inductive Research: Notes on the Gioia Methodology. *Organizational Research Methods*, 16(1), 15–31.
- Grelle, K. (2023). The Generation Gap Revisited: Generational Differences in Mental Health, Maladaptive Coping Behaviors, and Pandemic-Related Concerns During the Initial COVID-19 Pandemic. *Journal of Adult Development*, 30(4), 381-392, ISSN 1068-0667, <https://doi.org/10.1007/s10804-023-09442-x>
- Harju, L. K., Hakanen, J. J., & Schaufeli, W. B. (2016). Can Job Boredom Become a Source of Positive Outcomes? *Journal of Vocational Behavior*, 92, 9-11.
- Kavitha, K. (2024). Beyond text: ChatGPT as an emotional resilience support tool for Gen Z – A sequential explanatory design exploration. *E Learning and Digital Media*, ISSN 1741-8887, <https://doi.org/10.1177/20427530241259099>
- Li, M., Zhang, P., & Sun, Y. (2022). Generation Z in the Workplace: Expectations and Reality. *International Journal of Manpower*, 43(6), 1324-1340.
- Lupu, I., & Ruiz-Castro, M. (2021). Work-Life Balance vs Work-Life Harmony: A Conceptual Shift. *Human Relations*, 74(12), 1950-1976.
- Megala, A. (2024). Experimental Analysis of Employee Depression Identification System Using Modified Learning Procedure with AI Assistance. *Proceedings 2024 5th International Conference on Intelligent Communication Technologies and Virtual Mobile Networks Icciv 2024*, 282-289, <https://doi.org/10.1109/ICICV62344.2024.00049>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. SAGE Publications.
- Ott, A. R. (2020). The Craft of the Barista: Specialty Coffee and the Commodification of Taste. *Journal of Cultural Economy*, 13(4), 450-465.
- Poirier, P., & Feldman, D. C. (2021). The Three Dimensions of Boreout: Crisis of Meaning, Job Boredom, and Growth Boredom. *Review of General Psychology*, 25(2), 168-180.

- Rahman, Z.T. (2024). Challenges of Communication with Gen-Z in the Era of Artificial Intelligence-Interceded Digital Economy. *AI Oriented Competency Framework for Talent Management in the Digital Economy Models Technologies Applications and Implementation*, 76-94, <https://doi.org/10.1201/9781003440901-5>
- Reyes, M.E.S. (2023). An investigation into the relationship between climate change anxiety and mental health among Gen Z Filipinos. *Current Psychology*, 42(9), 7448-7456, ISSN 1046-1310, <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02099-3>
- Seyfi, S., et al. (2024). Hospitality in the Age of Gen Z: Evolving Workforce Expectations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 36(13), 118-135.
- Sharma, M. (2023). Adverse effect of social media on generation Z user's behavior: Government information support as a moderating variable. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 72, ISSN 0969-6989, <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103256>
- Siddiqa, M. (2024). Risk factors of child malnutrition under 5 years: Evidence from Pakistan using the Composite Index of Anthropometric Failure. *Nutrition*, 127, ISSN 0899-9007, <https://doi.org/10.1016/j.nut.2024.112523>
- Stocker, D., et al. (2021). Boredom at Work: Causes and Consequences. *Journal of Applied Psychology*, 106(7), 1089-1105.
- Szabo, D. J. (2020). Aesthetic Labour at the Coffee Shop: Exploring Young Workers' Perceptions. *Sociology of Work Journal*, 12(1), 45-60.
- Tims, M., & Bakker, A. B. (2010). Job Crafting: Towards a New Model of Individual Job Redesign. *SA Journal of Industrial Psychology*, 36(2), 1-9.
- Vacchiano, M. (2023). How the First COVID-19 Lockdown Worsened Younger Generations' Mental Health: Insights from Network Theory. *Sociological Research Online*, 28(3), 884-893, ISSN 1360-7804, <https://doi.org/10.1177/13607804221084723>
- Xia, Y. (2024). Digital art exhibitions and psychological well-being in Chinese Generation Z: An analysis based on the S-O-R framework. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), ISSN 2662-9992, <https://doi.org/10.1057/s41599-024-02718-x>