

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Seiring dengan majunya peradaban, kehidupan, dan kebudayaan masyarakat yang mengalami perkembangan zaman yang tidak ada batasnya. Dengan kemajuan dalam bidang ilmiah dan teknologi yang sangat pesat, hal ini membuat manusia sibuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi saat ini. Perubahan mendorong manusia untuk berpikir secara modern dan global. Gejala modernisasi telah merambah ke seluruh aspek kehidupan manusia. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa modernisasi adalah proses perubahan dari cara-cara tradisional ke cara yang lebih maju, dimana dimaksudkan untuk meningkatkan kesejahteraan kehidupan masyarakat (Syani, 2015). Perkembangan modernisasi cenderung mengalami perubahan dalam memperluas jaringan atau jangkauan modernisasi seperti aspek pribadi individu yang mencakup keyakinan agama, perilaku seksual, selera konsumsi, pola hiburan dan lainnya (Martono, 2016). Mengingat proses modernisasi tidak hanya melalui proses yang panjang tetapi dapat terjadi dalam waktu yang sangat singkat. Modernisasi dalam jangka waktu tertentu dapat menciptakan sebuah proses yang dinamakan globalisasi, yang mana globalisasi merupakan suatu proses penyatuan berbagai kelompok manusia menjadi satu, globalisasi merupakan suatu penyebaran kebiasaan-kebiasaan yang mendunia, ekspansi hubungan yang melintas benua, kehidupan, manusia pada skala global, juga pertumbuhan kesadaran global.

Hal yang sudah dijelaskan di atas mempunyai dampak yang begitu besar kepada masyarakat. Masyarakat kini dihadapkan dengan kesibukan dan mobilitas yang tinggi, perubahan yang terjadi membuat seseorang yang tinggal di perkotaan mengalami kepenatan dalam menjalani rutinitas sehari-hari sehingga masyarakat perkotaan mulai mencari waktu luang yang dapat melepaskan kepenatannya dengan cara *hangout* dengan teman, pergi ke mall, atau bersantai dengan secangkir kopi di *cafe* kopi.

Permasalahan waktu dapat memberikan perubahan terhadap gaya hidup seseorang. Salah satunya adalah kebiasaan meminum kopi. Kebiasaan meminum kopi sudah ada sejak zaman dahulu, tetapi berbeda dengan zaman sekarang, kebiasaan meminum kopi sekarang tidak hanya untuk meminum kopi saja tetapi sudah masuk ke dalam ranah gaya hidup. Kebiasaan minum kopi sekarang menjadi gaya hidup yang kekinian, karena masyarakat sekarang lebih menggunakan meminum kopi untuk meluangkan waktu penat, karena sekarang maraknya *café* yang memberikan fasilitas kenyamanan bagi setiap pengunjungnya, salah satunya *cafe* Wejie Kopi.

*Cafe* Wejie Kopi ini tidak hanya menyajikan kopi saja, tempat ini juga menyajikan minuman *non coffee* dan juga makan ringan maupun makan berat. Tidak dapat dipungkiri, keberadaan *Cafe* ini menjadikan konsumen lebih mudah untuk mengisi perut, terlepas dari kalangan atas, menengah maupun bawah. Tidak hanya terkait dengan makanan dan minuman *cafe* Wejie Kopi ini pun menyediakan fasilitas bagi pengunjunya seperti *wifi*, *private room* dan juga menampilkan *live music* pada hari

hari tertentu. Hal ini dapat membuat pengunjung mendapatkan kenyamanan dan juga membuat pengunjung menghilangkan rasa penat di sela-sela kesibukan mereka yang sangat padat. Dengan kenyamanan yang diberikan *Cafe* terhadap pengunjung dapat membuat pengunjung untuk Kembali menikmati secangkir kopi di *Cafe* Wejie Kopi. Dengan ini maka kegiatan meminum kopi kini tidak hanya untuk sekedar meminum kopi melainkan menjadi kebiasaan atau gaya hidup. Pengunjung yang datang ke *cafe* ini tidak hanya orang tua, tetapi juga banyak anak remaja yang mengunjungi tempat ini untuk berkumpul Bersama teman-teman nya, menjadi kan tempat ini untuk menyendiri bahkan untuk berdiskusi kelompok saat mengerjakan tugas. Sehingga *cafe* ini menjadi tempat favorit remaja dalam melakukan sesuatu sehingga menjadi gaya hidup bagi remaja di daerah Kalisari.

Dalam setiap kehidupan kita sudah mengenal apa yang namanya gaya hidup, gaya hidup adalah sesuatu yang selalu ada dan dipraktikkan oleh manusia di sekelilingnya. Gaya hidup juga sudah menjadi panutan bagi orang-orang yang mengenalnya, karena dengan seperti itu akan nampak cara hidup yang mereka inginkan, sesuai kebutuhan mereka tanpa harus memikirkan orang lain, asiknya gaya hidup juga bisa dirasakan oleh beberapa remaja yang masih melihat gaya hidup yang sedang populer di masa sekarang maupun masa depan, yang lebih dikenal dengan gaya hidup modern. Gaya hidup juga sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. (Monanda, Rizka., 2017)

Gaya hidup remaja menjadi sebuah fenomena tersendiri dalam menikmati kopi, mereka memiliki tempat tersendiri dalam menikmatinya, berbeda dengan jaman dahulu yang hanya menikmati kopi di rumah saja (judd, 2019). Pada awalnya ngopi hanyalah aktivitas mengisi waktu luang dan tempat untuk istirahat dari kepenatan. Namun perkembangannya kini *cafe* menjadi sebuah tempat yang penting untuk menghabiskan waktu luang maupun waktu beraktivitas sehari-hari. Masyarakat yang berkunjung di *cafe* tidak hanya untuk sekedar menikmati kopi tersebut, jauh lebih penting dari rasa secangkir kopi adalah interaksi sosial. Dalam hal ini kopi ternyata selain menjadi produk minuman tetapi jauh dari itu merupakan sebuah esensi atau media komunikasi yang efisien dan efektif. Komunikasi yang dilakukan pada saat kita menikmati kopi ternyata memiliki esensi yang lebih dalam dibanding komunikasi formal yang biasa dilakukan di tempat formal, dan tak jarang kebutuhan komunikasi bisa dicairkan lewat “ngopi” karena sifatnya yang fleksibel dan terkesan santai, obrolan saat kita menikmati kopi bersama lebih banyak menghasilkan hal positif dibanding negatif. Jika dilihat dari sisi negatif, *cafe* memberikan beberapa dampak negatif bagi remaja jika kita melihat dari sudut pandang sosial, dampak negatif yang ditimbulkan juga tidak main-main. Hal ini dapat menjadi penyebab timbulnya perilaku hedonisme pada anak muda. Hedonisme timbul akibat perilaku konsumtif terus-menerus yang dilakukan saat sedang berada di *cafe*. Kebiasaan hangout menghabiskan waktu dan materi berkumpul dengan teman-teman juga berpotensi membuat remaja melupakan tugas-

*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

tugas dan kewajibannya (Nicholas, 2002). Tetapi, jika dilihat dalam hal positif *cafe* juga banyak memberikan hal positif bagi remaja, karena dengan remaja berkumpul di *cafe* dapat menjalin interaksi sosial dengan lebih baik, tidak hanya itu juga banyak remaja sekarang yang lebih menggunakan *Cafe* untuk menjadikan rutinitas keseharian. Salah satunya adalah menggunakan beberapa fasilitas yang ada di dalam *cafe* untuk menjalankan aktivitas keseharian mereka. Dengan kata lain *cafe* menjadi salah satu sarana tempat remaja untuk berdiskusi kelompok ataupun mengerjakan sesuatu secara individu dengan fasilitas yang diberikan oleh *cafe* tersebut.

Kalisari merupakan sebuah Kelurahan yang berada di Provinsi DKI Jakarta, tepatnya wilayah Jakarta Timur. Di Kalisari tersebut terdapat sebuah *cafe* yang bernama Wejie Kopi. *Cafe* Wejie tersebut menjadi wadah bagi masyarakat sekitar untuk berkomunikasi satu sama lain terutama bagi kaum remaja. Dengan demikian terlihat bahwa *cafe* Wejie bukan hanya tempat berjual beli semata, tetapi juga mempunyai fungsi lain bagi masyarakat yang bersangkutan. Alasan-alasan itu lah menjadi daya tarik *cafe* yang begitu mempesona bagi penikmatnya. dari siang hingga malam *cafe* membuat cerita yang tidak pernah habis untuk diperbincangkan.

Hal ini tentu menarik untuk dikaji, keberadaan *cafe* wejie kopi yang terus berkembang telah menjadi tempat berkumpulnya remaja dalam melakukan rutinitas kesehariannya. Artinya ada makna dan nilai serta tanda tersendiri bagi mereka yang datang ke *cafe* wejie kopi, karena secara sederhana aktivitas mengkonsumsi kopi dapat dilakukan dimanapun,

bahkan di rumah sebagai contoh sederhananya, tetapi mengapa remaja pada umumnya lebih memilih untuk mengonsumsi kopi dan menghabiskan waktu luang serta melakukan aktivitas-aktivitas di *cafe* *wejie* Kopi. Hal ini yang membuat mengapa penulis melakukan penelitian terkait dengan Fenomena *Cafe* yang Menjadi Gaya Hidup Remaja.

### B. Masalah Penelitian

Beberapa latar belakang yang telah peneliti uraikan, peneliti merumuskan beberapa masalah penelitian:

1. Mengapa *hangout* di *cafe* *Wejie* Kopi dijadikan gaya hidup remaja?
2. Bagaimana dampak positif dan negatif yang didapat remaja jika sering mengunjungi *cafe* *Wejie*?

### C. Fokus Penelitian

Agar penelitian ini tidak melebar dan terlalu luas jangkauannya maka penulis menetapkan beberapa fokus penelitian. Fokus peneliti juga ditujukan agar mendapatkan data dan informasi lebih rinci dan mendalam.

Fokus pada penelitian ini:

1. Mengetahui mengapa remaja menjadikan *hangout* di *Cafe* *Wejie* Kopi sebagai gaya hidup
2. Mengetahui dampak positif dan negatif mengunjungi *Cafe* *Wejie* Kopi
  - a. Faktor Internal
    - 1) kepribadian
  - b. Faktor Eksternal
    - 1) Nilai-nilai Sosial

#### D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

##### 1. Tujuan Penelitian ini yaitu:

- a. Mengetahui manfaat dari menjadikan *hangout* di *cafe* sebagai gaya hidup remaja.
- b. Mengetahui apakah dengan menjadikan *cafe* sebagai gaya hidup berpengaruh terhadap Pendidikan.

##### 2. Kegunaan Penelitian

###### a. Kegunaan Teoretis

- 1) Kegunaan teoritis untuk menjelaskan bahwa hasil penelitian bermanfaat memberikan sumbangan pemikiran atau memperkaya konsep-konsep terhadap ilmu pengetahuan dari penelitian yang sesuai dengan bidang ilmu sosial.
- 2) Bagi mahasiswa diharapkan dapat memberikan informasi dan dijadikan bahan kajian untuk penelitian lebih lanjut dan lebih mendalam tentang permasalahan tersebut.
- 3) Bagi Masyarakat mendapat informasi *coffee shop* sehingga dapat menginspirasi mengenai peluang usaha dibidang *cafe*.

###### b. Kegunaan Praktis

- 1) Bagi pendidik diharapkan penelitian ini dijadikan informasi mengenai gaya hidup remaja pada saat ini, sehingga pendidik dapat menyesuaikan dalam membimbing dan mendidik siswa.
- 2) Bagi peneliti lain diharapkan dapat menjadi sumber rujukan maupun referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

## E. Kerangka Konseptual

### 1. *Hangout*

*Hangout* merupakan bahasa pergaulan anak muda yang dalam Bahasa Indonesia hampir sama artinya dengan berkumpul. Namun dalam definisi selanjutnya istilah *hangout* menjadi lebih luas. Banyak kegiatan dan aktivitas baik aktif maupun pasif yang kemudian berkembang seperti seeing, hearing, seating, standing dan staying (Gehl, 2007). *Hangout* juga dapat melibatkan orang lain seperti melakukan aktivitas kumpul bersama pada suatu tempat diisikan berbagai kegiatan seperti berbincang dan berbicara dengan orang lain. Namun ada konstes yang menyebabkan terjadinya *hangout* seperti konteks tempat, waktu dan kegiatan. Faktor-faktor yang menjadi latar belakang kegiatan *hangout* antara lain kecenderungan orang-orang sekarang adalah memanfaatkan keempatan yang ada untuk berkumpul bersama (social interaction) di dalam setiap kepentingan dan tujuan yang sama. sehingga pada akhirnya akan membentuk kelompok-kelompok dengan kepentingan yang sama tersebut. Dalam kelompok-kelompok tersebut di atas, biasanya terjadi interaksi yang sifatnya kontak sosial dan komunikasi. Kedua cara tersebut merupakan syarat penggambaran sebuah kelompok. Jenis kelompok yang mengacu pada kegiatan berkumpul biasanya jenis kelompok yang sifatnya sementara (casual). Kelompok tersebut biasanya timbul karena adanya sebuah

kegiatan tertentu yang menarik, seperti pesta, bazaar, festival atau pertunjukan (Gehl, 2007).

*Hangout* merupakan kegiatan yang biasanya dilakukan untuk mengisi waktu luang. *Hangout* biasanya dilakukan untuk orang yang ingin melepaskan kepenatan. Dengan melakukan hangout mereka dapat mendapatkan kesenangan tersendiri, hangout biasanya dilakukan di suatu tempat yang dapat membuat nyaman sehingga dapat membebaskan pikiran dari rasa jenuh.

## **2. Pengertian dan Manfaat Kopi**

### **a. Pengertian Kopi**

Kopi merupakan jenis minuman yang sering dikonsumsi oleh manusia, selain itu kopi memiliki khasiat bagi tubuh. Kopi memiliki citarasa yang khas sehingga sangat digemari oleh masyarakat. Peningkatan jumlah peminum kopi semakin tahunnya terus mengalami peningkatan dan kemudian menimbulkan kebiasaan yang baru. kegiatan meminum kopi sudah ada sejak dulu dan sebelum lebih jauh

menelusuri sejarah kopi ada baiknya kita mulai dengan etimologi kata kopi itu sendiri. Menurut Ukers kata kopi mulai masuk ke dalam

bahasa-bahasa Eropa sekitar tahun 1600-an. Kata tersebut diadaptasi dari bahasa Arab qahwa. Atau mungkin tidak langsung dari istilah Arab

tetapi melalui istilah Turki kahveh (Widjaja, 2014)

Kopi sebagai minuman sudah dikenal lama di wilayah Indonesia, tanaman kopi sudah dibudidayakan sejak tahun 1696 (Dody, 2012). Konsumsi kopi dunia mencapai 70% berasal dari spesies kopi arabika dan 26% berasal dari spesies kopi robusta. Kopi arabika (*coffea arabica*) berasal dari Afrika, yaitu dari daerah pegunungan di Ethiopia. Namun demikian, kopi arabika baru dikenal oleh masyarakat dunia setelah tanaman tersebut dikembangkan di luar daerah asalnya, yaitu Yaman di bagian selatan Jazirah Arab. Melalui para saudagar Arab, minuman tersebut menyebar ke daratan lainnya. Awalnya mereka mencoba memakan buah kopi dan merasakan adanya tambahan energi. Dengan perkembangan 40 pengetahuan dan teknologi, buah kopi dimanfaatkan menjadi minuman kopi seperti saat ini.

#### **b. Manfaat Kopi**

Kopi berasal dari kata qahwa atau qahwain (Arab), yang diserap bahasa Turki menjadi kahven yang berarti kekuatan. Dengan minum kopi, Anda diberi kekuatan untuk menghindari kantuk dan dapat beraktivitas dengan semangat. Di kota-kota besar di Indonesia, pada pagi atau siang hari, *cafe* di lokasi komersial dan bisnis dipenuhi pelanggan yang memesan *espresso* atau secangkir kopi hitam saring untuk menambah semangat (*booster*) sebelum dan selama beraktivitas. Banyak yang mengerjakan tugas kuliah, rapat atau berdiskusi di *cafe* karena kopi terbukti meningkatkan konsentrasi. Kurangnya fasilitas umum berupa ruang publik menjadi penyebab maraknya pertumbuhan

*cafe* di Indonesia. Dilihat dari fenomena ini ternyata manfaat kopi bukan hanya terhadap fisik tetapi juga rohani peminumnya. Selain mendapatkan stimulus dari kafein, interaksi dengan pengunjung *cafe* lain (atau dengan anggota keluarga jika meminumnya di rumah) menjadi lebih baik karena peminum kopi terstimulasi sehingga membuat tenang serta dapat berkomunikasi dengan lebih baik dan santai. Dengan membaiknya komunikasi yang disebabkan oleh efek kopi maka terbukti kopi dapat berefek dalam interaksi sosial.

Untuk kesehatan fisik, kopi dapat mencegah dan mengurangi rasa sakit dari penyakit, seperti nyeri otot, sakit kepala dan migrain, tekanan darah tinggi stroke, kanker, glaukoma (kebutaan karena kelainan fungsi organ mata), pembentukan batu empedu, radang kulit, osteoporosis, asma, penyakit paru-paru dan meningkatkan kesuburan kaum lelaki. Hal ini tidak pernah dipublikasikan karena kafein adalah hal yang generik dalam dunia pengobatan. semua orang mudah mendapatkannya dan konon dapat "membahayakan" bisnis dunia pengobatan kalau banyak orang mengetahui manfaat dari kopi melalui zat-zat yang dikandungnya.

### 3. *Cafe*

#### a. **Pengertian *Cafe***

Seperti yang telah dipaparkan di atas bahwa kegiatan minum kopi sudah ada dari zaman dahulu. Banyak jenis kopi olahan diciptakan untuk mengakomodir beragam selera yang muncul pada zaman ini,

berbagai *cafe* atau *coffee shop* pun menjamur di mana-mana. Semua itu adalah jawaban atas munculnya seribu satu jenis pengopi, mulai dari penikmat kopi sejati hingga penikmat kopi yang hanya ngopi demi pergaulan saja.

Di Indonesia, usia penikmat kopi hampir tidak pandang usia mulai dari remaja hingga orang dewasa bahkan manula, sehingga tidak terhitung jumlahnya. Bagi mereka, kopi adalah konsumsi harian dan merupakan bagian makanan dan minuman sehari-hari. Sehingga dengan fenomena inilah banyak bermunculan *cafe*. Mungkin untuk sebagian orang masih belum memahami apa itu *cafe*.

Kata kafe (dalam arti *cafe*) berasal dari bahasa Perancis, *Cafe*, yang artinya juga *cafe*. *cafe* yang semula selalu di pinggir jalan dan sederhana, sekarang, masuk ke dalam gedung hotel berbintang atau mal, dengan berbagai nama. Salah satunya adalah *coffee shop* yang sekarang praktis menjual makanan berat juga, tetapi juga melayani tamu yang memesan minuman dan makanan kecil (Herlyana, 2012).

Menurut kutipan di atas dapat disimpulkan bahwa *cafe* adalah suatu tempat yang menyediakan makanan dan minuman yang tidak hanya sejenis kopi tetapi minuman penunjang lainnya. juga dilengkapi dengan

fasilitas yang dapat membuat orang nyaman seperti wifi, live music, televisi, buku bacaan juga dilengkapi dengan desain interior yang nyaman dan santai.

## b. Sejarah *Cafe*

Pada zaman sekarang *Cafe* merupakan tempat yang menarik untuk dikunjungi. Berbagai individu mempunyai berbagai maksud dan tujuan untuk mengunjungi *cafe*, nyatanya *cafe* sudah berkembang dari waktu ke waktu dan tidak hanya pada suatu tempat tertentu saja, namun *cafe* sudah berkembang di seluruh penjuru dunia. Adapun sejarah mencatat bahwa *cafe* pertama di dunia terletak di negara Turki pada tahun 1475 yang bernama Kiva Han di kota Konstantinopel (Istanbul). *Cafe* ini diketahui menjadi *cafe* pertama yang buka dan melayani pengunjungnya dengan kopi khas Turki. Pada masa itu, kopi adalah unsur penting dalam kebudayaan Turki. Warga Turki pada saat itu sangat menganggap penting minum kopi, bahkan ada hukum yang mengatakan jika seorang suami tidak memberikan pasokan kopi yang cukup untuk istrinya, maka istrinya berhak menceraikan sang suami (Herlyana, 2012)

Lalu *cafe* mulai memasuki kawasan Eropa pada tahun 1529.

Minuman ini menjadi sangat disukai oleh masyarakat di Eropa karena

adanya ide untuk menyaring kopi dan memperhalus citra rasa minuman kopi dengan susu dan gula. Pada masa itu, Kota Wina Austria diserbu

oleh tentara Turki. Dan para tentara ini meninggalkan banyak sekali pasokan kopi di Wina pada saat mereka melarikan diri dari Wina.

Adalah Franz Georg Kolschitzky yang mengklaim kopi-kopi tentara

Turki ini sebagai rampasan perang. Lalu Kolschitzky membuka sebuah

*cafe* yang diketahui sebagai *cafe* pertama di Eropa. Kolschitzky ternyata dulu pernah tinggal di Turki dan dia merupakan satu-satunya orang di Wina yang mengetahui betapa berharganya biji kopi mengingat tidak populernya kopi pada masa itu. *Cafe* di Eropa semakin populer dan berkembang bahkan mereka melakukan inovasi dengan tidak hanya menjual secangkir kopi saja tetapi mereka mulai menjual makanan pendamping kopi seperti kue-kue manis dan makanan lainnya. Penyebaran *cafe* semakin luas hingga sampai ke Inggris. *Cafe* pertama di Inggris dibuka pada 1652. Meskipun *cafe* telah populer di Eropa, inspirasi dibukanya *cafe* di Inggris tetap berkiblat dari Turki. Pedagang Inggris yang menjual barang-barang asal Turki (termasuk kopi) ditinggalkan oleh dua budaknya yang berniat membuka bisnis mereka sendiri. Dan sejak itu sebuah *cafe* bernama “*The Turk’s Head*” lahir di Inggris. (Herlyana, 2012)

Setelah *cafe* memasuki wilayah Eropa dan Inggris, kemudian pada tahun 1792 *cafe* mulai memasuki kawasan Amerika. Saat itu Amerika dijajah oleh Inggris dan pada saat itu jugalah *Coffee Shop* memasuki

kawasan Amerika. *Cafe* pertama di Amerika bernama *The Tontine Coffee House* pada 1792 di *New York* adalah lokasi awal dari *New York*

*Stock Exchange*. Pada saat itu *cafe* masih menyajikan kopi biasa sampai datanglah sebuah jenis kopi baru bernama *espresso*. Pada 1946, Gaggia

menemukan mesin piston *espresso* komersial yang jauh lebih mudah digunakan dari model sebelumnya. *The Gaggia Coffee Bar* di Italia

adalah lokasi pertama yang menggunakan mesin ini dan melayani penjualan kopi biasa dan juga espresso (Widjaja, 2014). Di titik inilah *cafe* modern akhirnya lahir.

Tentu saja *cafe* pada zaman dahulu dan sekarang sangat berbeda. Di Indonesia terdapat *cafe* tertua yang sudah berdiri pada tahun 1878, yang didirikan oleh seorang laki-laki yang bernama Liauw Tek Soen (Widjaja, 2014) Ia mendirikan sebuah *cafe* di Jalan Moolen Vliet Oost Batavia yang sekarang dikenal dengan sebutan nama Jalan Hayam Wuruk Jakarta. *Cafe* tua ini dinamakan Warung Tinggi. Ditempat inilah pada masa itu orang-orang duduk santai sambil menikmati makanan ringan dan secangkir kopi dengan mengangkat sebelah kaki. Ada cara yang unik dilakukan dalam meminum kopi, setelah kopi pesanan siap dimeja, kopi yang masih mengepul-ngepul itu ditutup dengan piring tatakannya, setelah menunggu sampai sebatang rokok habis dihisap, barulah dituang ke tatakan, ditiup-tiup, kemudian diseruput, dengan begitu ampasnya tidak ikut terminum (Widjaja, 2014). Seperti itulah uniknya cara meminum kopi yang sangat nikmat pada zaman itu.

## 4. **Gaya Hidup** *Mencerdaskan &*

### a. **Pengertian Gaya Hidup**

Manusia adalah makhluk yang mempunyai peran ganda dalam menjalani kehidupannya sehari-hari, yaitu sebagai makhluk individu dan makhluk sosial (Tumanggor, 2017). Dimana dalam berinteraksi dengan sekitar juga manusia mempunyai hubungan secara vertikal yang

berarti kepada Tuhannya dan hubungan secara horizontal yang berarti terhadap sesama manusia di lingkungan sosialnya. Maka dari itu manusia selalu mengalami perubahan, baik itu perubahan pola pikir dan tingkah laku. Perubahan inilah yang dapat kita sebut dengan gaya hidup.

Gaya hidup merupakan suatu nilai atau selera seseorang, khususnya yang terlihat pada pola konsumsi seseorang. Ia berpendapat dari segi sisi ekonomi dimana gaya hidup seseorang itu merupakan dasar bagaimana seseorang itu suka dalam melakukan sesuatu, bagaimana seseorang itu menghabiskan waktu luang mereka dan bagaimana seseorang itu memilih untuk menghabiskan pendapatannya.

Chaney (2011) berasumsi bahwa gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, dimana menurutnya siapa saja yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Yang artinya bahwa era modern saat ini sangat mempengaruhi manusia dalam hal berperilaku dan bertindak yang pada akhirnya menciptakan gaya hidup seseorang, maka dari itu gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain sehingga setiap orang memiliki karakteristik pola perilaku yang khas.

Menurut Kotler dan Keller (2012) gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam AIO (*activities, interest, dan opinion*) aktivitas, minat dan opininya. Gaya hidup menunjukkan

Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa

keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. AIO, istilah yang digunakan secara dapat dipertukarkan dengan psikografis, mengacu pada pengukuran kegiatan, minat, dan opini yang diungkapkan Kotler (2012)

- 1) *Activities* (kegiatan) yaitu apa yang dikerjakan konsumen produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang.
- 2) *Interest* (minat) yaitu apa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen.
- 3) *Opinion* (pendapat) yaitu pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal, moral, ekonomi, dan sosial.

Perspektif pemasaran gaya hidup mengungkapkan bahwa orang menggolongkan diri mereka sendiri ke dalam kelompok berdasarkan hal-hal yang mereka sukai, bagaimana mereka menghabiskan waktu senggang mereka, dan bagaimana mereka memilih untuk menghabiskan sebagian pendapatan mereka. 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

(sinamora, 2010)

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 (Setiadi, 2003)

Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan hasil dari proses sosial atau interaksi manusia dengan manusia lainnya. Dimana gaya hidup juga berbicara tentang bagaimana seseorang menjalani pola hidupnya. Lingkungan sekitar bisa jadi salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang sehingga dapat terciptanya suatu identitas individu yang tidak sama dengan individu lainnya. Gaya hidup berkaitan erat dengan bagaimana seseorang menjalani pola kehidupannya juga bagaimana ketertarikan seseorang terhadap suatu minat, dan persepsi seseorang pada suatu hal atau opini. Maka dari itulah gaya hidup dapat menciptakan keunikan

karakteristik seseorang dalam menjalani kehidupannya.

#### 1) Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Gaya hidup dipengaruhi oleh beberapa faktor, dan jika kita klasifikasikan ke dalam dua kategori, ada dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup, yaitu dari dalam diri individu (internal) dan lingkungan luar (eksternal). Menurut Amstrong faktor-faktor

yang mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah , pengalaman dan pengamatan, kepribadian, kelas sosial, keluarga dan kebudayaan (Nugraheni, 2003). Adapun penjelasan untuk masing-masing faktor yang mempengaruhi gaya hidup adalah sebagai berikut:

a) Faktor Internal

(1) Kepribadian

Menurut Suharno dan Sutarso (2010), kepribadian adalah sekumpulan karakteristik psikologi unik yang secara konsisten mempengaruhi cara seseorang merespon sesuatu di sekelilingnya. Kepribadian akan menentukan bagaimana seseorang menentukan kebutuhan yang akan dipenuhinya, bagaimana mereka mencari informasi, bagaimana mengkonsumsi, dan bagaimana mereka menentukan sikap atas puas atau tidak puas. Suharno dan Sutarso berpendapat bahwa pemasar perlu mengenali ciri-ciri kepribadian untuk menentukan strategi pemasaran berdasarkan kepribadian.

Kepribadian adalah ciri-ciri kejiwaan dalam diri yang

yang menentukan dan mencerminkan bagaimana seseorang berespon terhadap lingkungannya. Kepribadian

mempengaruhi selera yang dipilih seseorang, sehingga mempengaruhi pula bagaimana gaya hidupnya.

*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

## (2) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertindak laku dan dapat diperoleh dari semua perbuatannya di masa lalu atau dapat pula dipelajari, sebab dengan belajar seseorang dapat memperoleh pengalaman (Irawan, 2008). Hasil dari pengalaman sosial membentuk pandangan terhadap suatu objek. Seseorang tertarik dengan suatu gaya hidup tertentu berdasarkan pengalaman dan pengamatan.

### b) Faktor Eksternal

#### (1) Keluarga

Keluarga mempunyai peran yang sangat penting dalam hal pembentukan karakter seseorang. Keluarga juga lingkungan sosial pertama seseorang sebelum memasuki dunia luar. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya. Menurut Bailon keluarga adalah dua atau lebih individu yang hidup dalam satu rumah tangga karena adanya hubungan darah, perkawinan atau adopsi. Mereka saling berinteraksi satu dengan yang lain, mempunyai peran masing-masing dan menciptakan serta mempertahankan satu budaya (Efendi, 2009).

*Mencerdaskan &  
Memartakatkan Bangsa*

## (2) Kelas Sosial

Menurut Mowen dan Minor, kelas sosial merupakan strata yang secara relatif permanen di kehidupan sosial dengan perbedaan status, kekayaan, pendidikan, posisi, dan nilai (Sumarwan, 2011). Gaya hidup bisa terbentuk melalui kelas sosial. Dimana kelas sosial bisa membedakan manusia dalam hal pergaulannya. Kelas sosial menentukan berbedanya gaya hidup seseorang dalam hal apapun. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan dan peran. Kelas sosial masyarakat menentukan pilihan gaya hidup.

## 5. Remaja

### a. Pengertian Remaja

Sejatinya manusia mengalami pertumbuhan dan perkembangan dari waktu ke waktu. Dimana seseorang akan mengalami beberapa fase kehidupan dari mulai masa kandungan, balita, anak-anak, remaja, dewasa dan hingga manula.

Menurut Undang-Undang tentang Kepemudaan Pasal 1 No. 40

Tahun 2009 (Indonesia). Pemuda adalah warga negara Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 (enam belas) sampai 30 (tiga puluh) tahun.

Remaja berasal dari kata latin adolensence yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah adolensence mempunyai arti yang

lebih luas lagi yang mencakup kematangan mental, emosional sosial dan fisik (Ratsja, 2016)

Masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek/ fungsi untuk memasuki masa dewasa.

1) Ciri-ciri Remaja

a) Pertumbuhan Fisik

Pertumbuhan fisik mengalami perubahan dengan cepat, lebih cepat dibandingkan dengan masa anak – anak dan masa dewasa.

b) Emosi yang Meluap

Keadaan emosi remaja masih labil karena erat hubungannya dengan keadaan hormon. Suatu saat ia bisa sedih sekali, dilain waktu ia bisa marah sekali.

c) Mulai Tertarik Pada lawan Jenis

Dalam kehidupan sosial remaja, mereka lebih tertarik pada lawan jenisnya dan mulai pacaran.

d) Terikat Dengan Kelompok

Remaja dalam kehidupannya tertarik pada kelompok sebayanya sehingga tidak jarang orang tua dinomor duakan sedangkan kelompoknya dinomor satukan.

**F. Penelitian Relevan**

Penelitian ini menggunakan tiga sumber referensi berdasarkan hasil penelitian terdahulu, yang pertama adalah penelitian yang berjudul

“Pergeseran Budaya Ngopi di Kalangan Generasi Muda di kota Tanjung Pinang” artikel ilmiah ini ditulis oleh Rani Sartika Mahasiswa Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Maritim Raja Ali Haji, tahun 2017. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa adanya *cafe* dapat membuat pergeseran nilai guna, dari yang biasanya pergi ke *cafe* untuk menikmati secangkir kopi tapi kini bergeser ke arah kepentingan yang lain seperti status sosial, tempat yang romantis, bermain game dan sebagainya. Sehingga peneliti menemukan titik temunya.

Penelitian relevan yang kedua berjudul “Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen D’Goda *Coffee* Pazkul Sidoarjo)” artikel ilmiah ini ditulis oleh Meriena Putri Ajiwibawani tahun 2015, Mahasiswa Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya. Penelitian ini berkaitan dengan sejauh mana faktor internal dan eksternal gaya hidup yang mampu mempengaruhi seseorang dalam pengambilan keputusan pembelian. Hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan pembelian pada konsumen yang positif dan signifikan.

Penelitian Relevan yang ketiga berjudul “Pengaruh Gaya Hidup

Terhadap *Repurchase Intention* (studi kasus pengunjung 7 *Eleven* Tebet Saharjo). artikel ini ditulis tahun 2012 oleh Della Aresa mahasiswa jurusan

Ilmu Administrasi Niaga, fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia. masalah pada penelitian ini berkaitan dengan gaya hidup dalam

mempengaruhi keputusan membeli seseorang. Ramainya tempat tersebut tidak lepas dari gaya hidup hedonis. Melalui penelitian yang dilakukan didapatkan hasil bahwa hubungan antara gaya hidup dengan *repurchase intention* sangat kuat.

**Tabel 1.1 Penelitian Relevan**

Nama Peneliti	Tahun	Metode Penelitian	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
Rani Sartika	2017	Kualitatif deskriptif	Pergeseran Fenomena Ngopi di Kalangan Generasi Muda di kota Tanjung Pinang	Persamaan metode yang digunakan dan topik tentang keberadaan <i>Cafe</i> .	Penelitian ini memfokuskan pada pergeseran nilai guna tentang <i>cafe</i> pada zaman dahulu dan masa sekarang.

Meriena Putri Ajiwibawani	2015	Kuantitatif	Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen D'Goda Coffee Pazkul Sidoarjo)	Persamaan dari penelitian ini yaitu tentang pengaruh gaya hidup	Penelitian ini memfokuskan penelitian pada faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi gaya hidup
Della Aresa	2012	Kuantitatif	Pengaruh Gaya Hidup Terhadap <i>Repurchase intention</i> (studi kasus pengunjung 7 Eleven Tebet Saharjo)	Persamaan dari penelitian ini adalah pengaruh gaya hidup terhadap keinginan untuk Kembali mengunjungi suatu tempat.	Penelitian ini lebih memfokuskan tentang <i>repurchase intention</i> pada pasar swalayan .