

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman yang sudah kita rasakan secara bersama-sama, tentu seringkali kita mengamati berbagai pola perubahan yang terlihat di masyarakat. Tidak hanya pola perubahan yang mengarah ke teknologi saja, namun perubahan-perubahan yang terlihat sederhana seperti bentuk gaya hidup yang cenderung mengikuti *tren* agar tidak merasa tertinggal dengan yang lain. Dalam hal ini, remaja memiliki kontribusi yang begitu besar mengenai kebiasaan-kebiasaan atau bentuk gaya hidup yang dilakukannya, terlebih lagi remaja yang hidup di perkotaan.

Gaya hidup dapat diartikan sebagai cara individu dalam bersikap untuk menghabiskan waktu dengan melakukan aktivitas-aktivitas yang mereka sukai dan mereka anggap sebagai kebutuhan atau suatu kepentingan dalam kehidupannya. Dalam hal ini, setiap orang tentu memiliki gaya hidup yang berbeda-beda disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginannya. Selain itu, gaya hidup juga dapat muncul ketika seseorang mengalami rasa ketertarikan terhadap suatu aktivitas yang pada akhirnya aktivitas tersebut menjadi sebuah rutinitas dalam menjalankan kehidupannya.

Ketika berbicara tentang remaja dan juga gaya hidup, mungkin yang pertama kali terbayang bagi sebagian besar orang adalah bebas, hiburan, dan huru-hara. Masa Remaja adalah suatu tahap perkembangan pada individu, dimana ia

mengalami perkembangan biologis, psikologis, moral, dan agama ia juga merupakan pola identifikasi dari anak-anak menjadi dewasa. Dapat dikatakan juga masa remaja adalah masa transisi ketika anak akan menjadi dewasa. Masa itu juga dianggap masa yang paling indah. Remaja identik dengan bersenang-senang, bergaul, dan tempat hiburan.¹ Maka dari itu, kalangan remaja dijadikan sebagai subyek utama pada penelitian ini dikarenakan pada umumnya sebagian besar remaja sangat gemar untuk mencari, mencoba, dan melakukan aktivitas yang memang disenanginya sesuai dengan minat ataupun daya tariknya dan kemudian didorong dengan berbagai faktor yang melatarbelakangi hingga pada akhirnya ia melakukan aktivitas tersebut.

Berdasarkan realita yang diamati disekitar, khususnya di pamulang sangat banyak tempat-tempat yang layak untuk dikunjungi remaja. Bahkan di sepanjang jalan pun ramai dengan wisata kuliner seperti restoran, *café*, warung kopi, dan tempat sejenisnya. Dikarenakan banyak tempat-tempat yang sedang *hits* dan menarik banyak pengunjung di kota Tangerang Selatan, remaja di perkotaan cenderung lebih banyak menghabiskan waktu diluar bersama teman atau kerabatnya untuk sekedar mengisi waktu luang ketika rasa penat sedang melanda atau melakukan kegiatan lain seperti berkumpul bersama atau yang sering kita sebut dengan istilah ‘*Nongkrong*’.

“*Nongkrong*” merupakan kegiatan yang sering dilakukan para remaja dan orang-orang yang masih masuk dalam kategori produktif. Kegiatan ini dapat

¹ Putri Amalia Sari, Kebiasaan Nongkrong Remaja Masa Kini di Mall Royal Plaza Surabaya, (*Thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya*), 2013, hlm.1.

dilakukan dimana saja, termasuk di kafe-kafe atau tempat berkumpul lainnya. *Nongkrong* bagi anak muda atau remaja merupakan salah satu kegiatan untuk mengisi waktu luang mereka setelah penat bekerja atau sekolah. Bagi para penyuka kegiatan *nongkrong* ini, mereka membutuhkan sarana dan prasarana yang memadai. Sarana dan prasarana itu berupa tempat, kenyamanan yang ditawarkan, dan juga produk yang tersedia.² Tempat yang nyaman dan menarik seperti di *café* dan tempat-tempat sejenisnya tentunya menarik minat pelanggan untuk mengunjunginya dalam jangka waktu yang rutin. Terlebih lagi, jika fasilitas seperti *Wi-Fi* memadai sehingga dapat menjadi daya Tarik tersendiri bagi pengunjung, terutama di kalangan remaja. Maka dari itu, tempat-tempat *nongkrong* seperti *café*, *coffee shop*, dan sejenisnya dianggap sebagai solusi bagi sebagian besar masyarakat agar tidak merasa bimbang saat ingin melakukan aktivitas *nongkrong* dikarenakan dalam hal ini pemerintah dapat dikatakan tidak banyak melakukan Pembangunan untuk tempat-tempat *nongkrong* seperti RTH (Ruang Terbuka Hijau) yang sebenarnya dibutuhkan oleh masyarakat.

Jika dilihat berdasarkan perkembangan zaman yang terjadi dengan sangat cepat, budaya *nongkrong* di kalangan remaja ini muncul ketika banyaknya tempat-tempat *nongkrong* seperti *café*, *coffee shop* dan tempat-tempat sejenisnya yang membuat remaja semakin tertarik untuk melakukan aktivitas *nongkrong*. Budaya *nongkrong* ini dapat dipahami tersendiri bagi setiap pelakunya. Ada yang menyebutkan *nongkrong* sebagai media penghibur diri dan berekspresi, ada pula

² Dandy Cahyo Wicaksono, Hubungan Brand Drivers dan Social Drivers Dengan Pembentukan Loyalitas Merek (*Doctoral dissertation, UAJY*), 2012, hlm. 1.

sebagai sarana bersosialisasi. Meskipun, anggapan negatif muncul berkenaan dengan aktivitas tersebut seperti tidak produktifnya waktu, tanpa tujuan dan maksud yang jelas. Namun, budaya *nongkrong* menjadi aktivitas yang dinamis dan memiliki makna serta pesan tersendiri bagi para pelakunya.³

Membahas mengenai aktivitas *nongkrong* yang dilakukan oleh remaja serta memiliki makna tersendiri bagi pelakunya, maka teori interaksionisme simbolik sangat relevan untuk digunakan sebagai sumber analisis pada penelitian ini. Teori interaksionisme simbolik berpandangan bahwa tindakan manusia ditentukan oleh makna yang ada pada dirinya. Makna tersebut berasal dari proses interpretasi seseorang terhadap berbagai objek di luar dirinya ketika interaksi berlangsung. Dengan demikian, makna tersebut bersifat labil dan temporer. Dalam kaitan ini, Herbert Blumer mengemukakan bahwa teori interaksi simbolik bertumpu pada tiga premis, yakni (1) manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna-makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka; (2) makna tersebut berasal dari interaksi sosial seseorang dengan orang lain; (3) makna-makna tersebut disempurnakan pada saat interaksi sosial berlangsung.⁴

Peneliti memilih untuk menjadikan Café Kebun Latte sebagai tempat penelitian ialah karena café tersebut merupakan café yang sudah lama berdiri, tepatnya pada bulan September tahun 2019. Keunikan dari café tersebut ialah konsep dan tata ruang yang dipenuhi dengan pepohonan rindang dengan suasana

³ Ahmad Fauzi, I Nengah Punia, dan Gede Kamajaya, *Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe* (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar), *Denpasar: Unud*, (2012), hlm.4.

⁴ Sindung Haryanto, *Spektrum Teori Sosial; Dari Klasik Hingga Postmodern* (Jogjakarta: Ar-Ruzz Media,2012), hlm. 68.

yang sejuk, disertai dengan pemandangan yang membuat nyaman untuk sekedar bersantai disana. Kegiatan yang dilakukan pengunjung di café tersebut sangat beragam, mulai dari mengobrol, mengerjakan tugas, membuat konten, *selfie* bersama teman, dan lain sebagainya. Memang jika dilihat dalam penerapannya, sejatinya *nongkrong* ini bertujuan sebagai sarana interaksi sosial antar individu, namun terkadang di era modernisasi seperti sekarang ini sebagian orang memanfaatkan tempat *nongkrong* guna kepentingan atau kebutuhan sosial media nya saja. Seperti mengunggah foto di sosial media, membuat konten, dan lain sebagainya. Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan di atas, peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian yaitu **“Konstruksi Makna Aktivitas “Nongkrong” sebagai Gaya Hidup Populer Remaja Perkotaan (Studi Kasus pada 6 Orang Pengunjung di Café Kebun Latte Ciater, Tangerang Selatan)”**.

1.2 Permasalahan Penelitian

Di Kota Tangerang Selatan, tepatnya di Pamulang. Seringkali ditemukan berbagai macam tempat untuk berkumpul bersama atau yang biasa kita sebut dengan istilah ‘*Nongkrong*’. Aktivitas *nongkrong* memiliki makna sebagai salah satu gaya hidup yang biasa dilakukan oleh masyarakat perkotaan, khususnya dilakukan oleh remaja. Pemaknaan *nongkrong* sebagai bentuk gaya hidup tentunya terlahir dari interaksi yang terbentuk di kalangan masyarakat, dan didukung dengan lingkungan yang memadai seperti adanya *café* dengan konsep unik yang memang sengaja diperuntukan bagi remaja-remaja yang gemar menghabiskan waktu nya untuk sekedar *nongkrong* bersama pasangan, teman, atau sahabat-sahabatnya.

Pengunjung di café Kebun Latte, khususnya remaja pada umumnya ketika sedang nongkrong, mereka melakukan aktivitas seperti ngobrol santai, mengerjakan tugas, bermain *game*, membuat konten, *selfie*, dan lain sebagainya. Dan di kafe tersebut selalu terlihat ramai, terlebih lagi ketika hari libur telah tiba. Dengan segala keunikan yang dimiliki oleh café Kebun Latte membuat pengunjung merasa nyaman dan membuat kafe tersebut mempunyai daya tarik tersendiri agar pengunjung selalu berdatangan dan menghabiskan waktu untuk sekedar *nongkrong* di kafe tersebut.

Seperti yang kita ketahui bahwa pada umumnya *Nongkrong* menjadi sebuah sarana untuk berinteraksi sosial. Namun, jika dilihat dari pengimplementasiannya saat ini, terkadang ada beberapa individu (di kalangan remaja) yang hanya disibukkan dengan *gadget* nya saja seperti sibuk membuat konten, atau sekedar memotret dan mengunggahnya di akun media sosial yang dimiliki. Dalam hal ini, pemaknaan aktivitas *Nongkrong* terlihat bukan untuk berinteraksi sosial, namun untuk memenuhi kebutuhan sosial media. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti merumuskan sejumlah pertanyaan penelitian, sebagai berikut:

1. Apa saja yang melatarbelakangi 6 orang remaja pengunjung *Cafe* Kebun Latte melakukan aktivitas *nongkrong*?
2. Apa pemaknaan aktivitas *nongkrong* bagi 6 orang remaja pengunjung *Cafe* Kebun Latte?
3. Bagaimana dampak yang ditimbulkan dari aktivitas *nongkrong* yang dilakukan secara rutin oleh 6 orang remaja pengunjung *Cafe* Kebun Latte?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang telah dijabarkan di atas, maka dapat disimpulkan beberapa tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan latar belakang atau faktor pendorong 6 orang remaja pengunjung *Cafe Kebun Latte* melakukan aktivitas *nongkrong*.
2. Mendeskripsikan makna aktivitas *nongkrong* bagi 6 orang remaja pengunjung *Cafe Kebun Latte* yang sering melakukan aktivitas *nongkrong*.
3. Mendeskripsikan dampak yang ditimbulkan dari aktivitas *nongkrong* yang dilakukan secara rutin oleh 6 orang remaja pengunjung *Cafe Kebun Latte*.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat yang dibagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Berikut ini akan dipaparkan mengenai manfaat penelitian yang telah diteliti oleh penulis, yaitu:

1) Manfaat Teoritis

Dengan meneliti mengenai **“Konstruksi Makna Aktivitas “Nongkrong” sebagai Gaya Hidup Populer Remaja Perkotaan”**, maka diharapkan peneliti dapat memahami mengenai fenomena sosiologi kepemudaan yang terjadi di kalangan remaja. Dalam hal ini, dengan mengetahui mengenai makna aktivitas *nongkrong*, kita dapat memahami mengenai proses interaksi sosial yang terjadi di kalangan remaja, latar belakang seorang remaja melakukan aktivitas *nongkrong* secara rutin, dan dapat mengetahui tentang kegiatan apa saja yang dilakukan selama

nongkrong serta implikasi/dampak apa yang ditimbulkan setelah mereka rutin melakukan aktivitas nongkrong.

Dan dengan penelitian ini, diharapkan dapat turut berkontribusi dalam pengembangan teori sosiologi, dan dapat menjadi referensi atau bahan rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas mengenai fenomena gaya hidup remaja perkotaan, atau secara umum yang membahas mengenai ranah sosiologi kepemudaan.

2) Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan seputar fenomena sosiologi kepemudaan yang sedang terjadi di perkotaan, khususnya di Pamulang, Tangerang Selatan. Selain itu, dapat mengamati tentang apa saja kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh remaja, serta dapat menganalisis mengenai dampak yang ditimbulkan akibat dari fenomena yang sering terjadi di kalangan remaja.

b. Bagi Pembaca

Menambah wawasan bagi para pembaca mengenai gaya hidup yang sedang *tren*, khususnya di kalangan remaja perkotaan. Selain itu, para remaja dapat menentukan gaya hidup yang semestinya dilakukan dan tidak menimbulkan dampak negatif bagi dirinya ataupun orang lain. Dan bagi orang tua, mereka dapat mempelajari serta mengawasi perkembangan gaya hidup anak-anaknya agar

dapat berperilaku sesuai dengan nilai dan norma yang ada dalam masyarakat.

1.5 Tinjauan Penelitian Sejenis

Tinjauan penelitian sejenis ini sangat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan peneliti mengenai penelitian-penelitian yang sebelumnya sudah ada. Melalui tinjauan penelitian sejenis ini, peneliti dapat mengetahui tentang teori-teori ataupun konsep-konsep yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Selain itu, melalui tinjauan penelitian sejenis ini peneliti menjadi lebih banyak memahami mengenai gambaran penelitian yang akan dilakukan nanti. Kegunaan tinjauan penelitian sejenis ini juga diharapkan dapat menghindari peneliti dari plagiarisme atas hasil karya yang sudah pernah ada sebelumnya. Dalam tinjauan penelitian sejenis ini, terdapat banyak penelitian yang sudah dikaji atau direview yang nantinya akan membantu peneliti perihal sumber-sumber yang relevan dengan topik skripsi.

Membahas mengenai konstruksi makna aktivitas nongkrong sebagai gaya hidup populer remaja perkotaan, tentu tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya aktivitas nongkrong tersebut. Dalam penelitian yang ditulis oleh Lukitaningsih dan Devi Juliani, ia mengungkapkan bahwasanya budaya nongkrong ini tidak terlepas dari peran media sosial, internet, dan televisi dalam mempromosikan budaya nongkrong di warung kopi kepada masyarakat luas. Hal tersebut yang mengakibatkan aktivitas nongkrong ini sudah sangat identik dengan masyarakat perkotaan yang bersikap terbuka dalam menerima segala bentuk

informasi yang tersebar. Kemudian, dijelaskan pula pada penelitian yang dilakukan oleh Ranti Tri Anggraini & Fauzan Heru Santhoso, penelitian tersebut membahas mengenai hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. Dijelaskan bahwasanya aktivitas nongkrong ini merupakan salah satu fenomena perilaku konsumtif yang terus berkembang. Hal tersebut dipengaruhi oleh adanya keinginan atau ketertarikan dari dalam diri seorang remaja untuk dianggap memiliki gaya hidup hedonis. Maka dengan itu, ia akan melakukan aktivitas dengan tujuan untuk pemenuhan gaya hidupnya.

Selanjutnya, masih membahas mengenai faktor atau latar belakang remaja dalam melakukan aktivitas nongkrong. Telah diteliti oleh Nur Fitriyani, dkk mengenai pengaruh konformitas terhadap perilaku yang dilakukan oleh Mahasiswa. Penelitian tersebut menunjukkan bahwasanya faktor pendorong yang menjadi latar belakang masyarakat dalam berperilaku konsumtif disebabkan oleh banyaknya pusat-pusat perbelanjaan seperti mall, *café*, dan lain sebagainya. Dan dijelaskan pula bahwasanya remaja menempati posisi tertinggi untuk dijadikan sebagai sasaran utama dari suatu perkembangan yang terjadi, dikarenakan secara psikologis remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap berbagai pengaruh yang bermunculan dari luar. Sebagai contohnya adalah seorang remaja akan merasa penasaran dan memiliki rasa ingin tahu yang tinggi ketika terdapat tempat-tempat baru yang menurutnya menarik untuk dikunjungi. Dalam hal ini, pengaruh dari teman sebaya atau yang disebut konformitas juga menjadi salah satu faktor yang melatarbelakangi aktivitas nongkrong tersebut.

Masih berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi remaja dalam melakukan aktivitas nongkrong, pada penelitian yang ditulis oleh Robert Havighurst dan Kenneth Feigenbaum yang membahas mengenai waktu luang dan gaya hidup. Dijelaskan bahwasanya waktu luang merupakan salah satu faktor yang membuat individu dapat memanfaatkan waktunya untuk melakukan segala sesuatu yang menjadi kesenangannya atau yang sesuai dengan minatnya. Dalam hal ini, jika seseorang menganggap bahwa aktivitas nongkrong ini sebagai suatu aktivitas yang membuatnya merasa senang, maka ia akan melakukan aktivitas tersebut dalam mengisi waktu luang yang dimilikinya.

Ketika remaja sedang nongkrong bersama temannya, atau dengan orang terdekatnya, tentu akan ada beberapa aktivitas yang dilakukan oleh individu tersebut saat nongkrong. Dalam penelitian yang ditulis oleh Marthin Pangihutan dan Achmad Helmy, dijelaskan bahwasanya aktivitas yang dilakukan saat sedang nongkrong di warung kopi itu seperti berdiskusi, berinteraksi, dan juga rapat dikarenakan sebagian besar informan dalam penelitiannya menganggap bahwa aktivitas nongkrong di warung kopi ini dapat menciptakan suasana yang santai tanpa dibatasi peraturan. Kemudian, pada penelitian yang dilakukan oleh Hissah Abdullah dan Abdus Sattar, dijelaskan bahwa ruang publik seperti café, warung kopi, dan tempat-tempat sejenisnya dapat dikatakan sebagai tempat ketiga bagi masyarakat. Ruang publik sebagai tempat ketiga ini dapat dijadikan sebagai sarana untuk berkumpul bagi individu maupun kelompok. Maka dari itu, aktivitas yang dilakukan pun seperti mengobrol atau berinteraksi dengan teman sebaya mengenai hal-hal yang memang perlu untuk diperbincangkan dikarenakan tempat ketiga ini

dianggap mampu untuk menjadi ruang yang aman dan nyaman untuk berkumpul sehingga banyak masyarakat yang menghabiskan waktunya bersama dengan kerabatnya di ruang ketiga tersebut.

Masih sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Musfialdy dan Rika Lusrivirga yang mengungkapkan bahwasanya banyaknya Café yang telah tersebar di berbagai penjuru wilayah telah menjadi sarana untuk berkumpul, bersosialisasi, dan menambah informasi bagi pelajar dan mahasiswa. Jadi, aktivitas nongkrong yang dilakukan tidak semata-mata hanya untuk bersantai dan mengisi waktu luang saja, melainkan aktivitas seperti mengobrol mengenai berbagai macam topik juga dapat dijadikan sebagai sarana untuk menambah informasi yang sebelumnya belum diketahui antar individu.

Aktivitas nongkrong yang kini tampaknya sudah menjadi gaya hidup bagian sebagian besar masyarakat perkotaan, khususnya remaja tentu memiliki pemaknaan dalam memaknai aktivitas nongkrong yang dilakukannya. Dalam penelitian yang ditulis oleh Argyo Demartoto, dkk yang membahas mengenai perilaku konsumsi kopi sebagai budaya masyarakat konsumsi. Penelitian tersebut menjelaskan bahwasanya pemaknaan dari perilaku meminum kopi ini bukan dilakukan hanya untuk memenuhi kebutuhan, melainkan untuk memenuhi keinginan agar dipandang sebagai pribadi yang memiliki kelas sosial tinggi. Dalam perilaku mengonsumsi kopi ini setidaknya ada makna tertentu dari setiap individu. Ada beberapa individu yang menikmati kopi untuk menghilangkan rasa jenuh atau untuk membantu menghilangkan masalah. Namun terdapat individu lain yang menganggap bahwa mengonsumsi kopi ini dapat dikatakan sebagai seseorang yang memiliki gaya hidup

yang hedon sehingga dapat dikategorikan atau dapat termasuk ke dalam golongan masyarakat kelas atas.

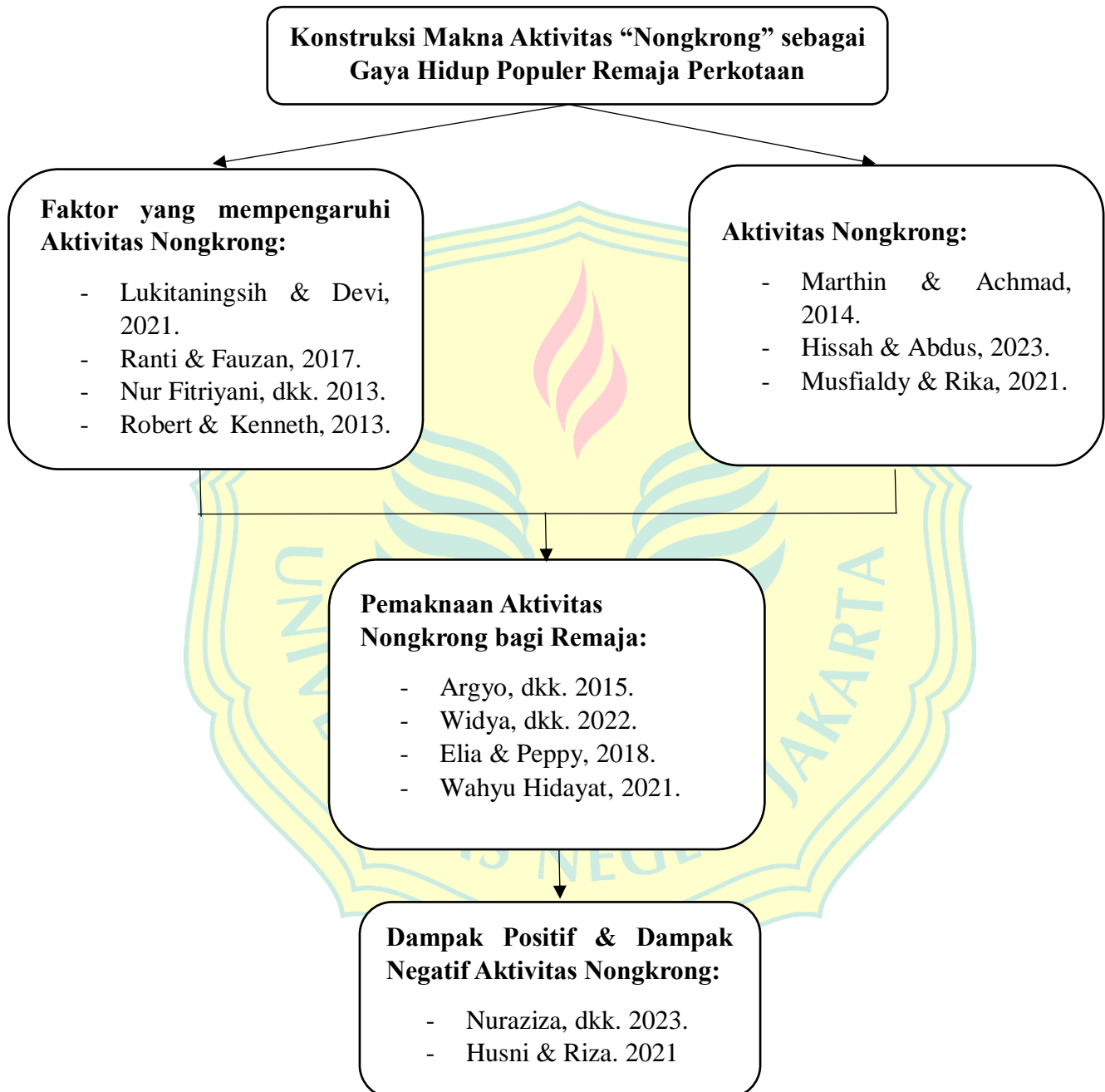
Membahas mengenai pemaknaan aktivitas nongkrong di kalangan remaja, terdapat pula penelitian yang telah ditulis oleh Widya Gusti Priyanti, dkk. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa fenomena nongkrong di kedai kopi telah dijadikan sebagai tindakan untuk mendapatkan gengsi dan dengan kata lain untuk menunjukkan bahwa hanya individu tertentu saja yang dapat melakukannya. Fenomena ini sangat erat kaitannya dengan konsumerisme, dikarenakan sebagian individu merasa tidak puas atau merasa kurang puas atas apa yang telah dimilikinya. Selanjutnya, pada penelitian yang ditulis oleh Elia Firda, dkk. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa aktivitas nongkrong ini dimaknai sebagai suatu aktivitas untuk melepas penat ditengah banyaknya pekerjaan atau tugas yang sedang diselesaikan. Aktivitas nongkrong ini dianggap sebagai media atau sarana untuk menghibur diri agar individu dapat kembali bersemangat dalam menjalani kehidupan. Dan kemudian, pada penelitian yang ditulis oleh Wahyu Hidayat mengungkapkan bahwasanya aktivitas nongkrong di warung kopi ini saat ini dimaknai sebagai suatu kegiatan untuk bekerja dan dapat dimaknai pula sebagai ruang literasi dan sebagai ruang diskursus mengenai fakta sosial yang terjadi di masyarakat.

Aktivitas nongkrong yang seringkali dilakukan oleh masyarakat perkotaan, khususnya oleh remaja tentu membawa pengaruh atau dampak bagi individu. Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Nuraziza, dkk yang membahas mengenai nongkrong dan gaya hidup. Penelitian tersebut memiliki temuan yaitu dampak positif dari nongkrong yaitu dapat menjalin silaturahmi, berbagi

pengalaman, dan sebagai sarana untuk menghibur diri. Dan untuk dampak negatif dari nongkrong yaitu cenderung membuang waktu, berperilaku konsumtif, dan memiliki dampak negatif bagi kesehatan. Selanjutnya, menurut penelitian yang ditulis oleh Husni Mubaroq dan Riza Aisyah, penelitian tersebut terfokus pada perilaku *social climber* sebagai bentuk pengaruh dari aktivitas nongkrong yang seringkali dilakukan oleh remaja. Maksud dari *social climber* ialah mereka hanya memikirkan untuk mendapat *prestise* yang tinggi sehingga dapat meningkatkan popularitasnya, terutama di media sosial. Jadi, dalam hal ini aktivitas nongkrong terkadang tidak disesuaikan dengan kemampuan, melainkan hanya mementingkan nilai tanda dari aktivitas nongkrong tersebut. Misalnya untuk kebutuhan sosial media, untuk memicu perhatian orang lain, atau dengan kata lain untuk menunjukkan kepada orang lain bahwasanya ia memiliki gaya hidup yang cenderung mewah ketika sedang nongkrong di café dan tempat-tempat sejenisnya. Berikut ini merupakan skema tinjauan penelitian sejenis yang didalamnya termuat literatur-literatur yang telah dibaca oleh peneliti:

Skema 1.1

Tinjauan Penelitian Sejenis



Sumber: Interpretasi Peneliti, 2023

1.6 Kerangka Konseptual

1.6.1 Remaja sebagai Aktor Aktivitas Nongkrong

Istilah remaja berasal dari Bahasa latin yaitu *adolescere* yang artinya “tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan”. Kemudian, istilah yang dipergunakan saat ini yaitu “*adolescence*” yang mempunyai arti sangat luas yakni mencakup kematangan mental, sosial, dan emosional. Secara psikologis, Piaget mengungkapkan bahwasanya masa remaja adalah usia dimana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkat yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah integrasi dalam masyarakat (dewasa) mempunyai aspek afektif, kurang lebih berhubungan dengan masa pubertas, termasuk juga perubahan intelektual yang mencolok.

Transformasi intelektual yang khas dari cara berpikir remaja ini memungkinkannya untuk mencapai integrasi dalam hubungan sosial orang dewasa, yang kenyataannya merupakan ciri khas yang umum dari periode perkembangan ini.⁵ Oleh karena itu, pada masa remaja, mereka akan cenderung untuk memperbanyak teman atau memperbanyak relasi untuk lebih meningkatkan kepercayaan diri maupun untuk dapat mengembangkan pola pikir menuju lebih terbuka dan tentunya agar semakin menjadi pribadi yang berkualitas sesuai dengan apa yang telah menjadi tujuan hidupnya.

⁵ Elizabeth B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Erlangga, 2003), hal. 206

Terdapat pula pendapat dari WHO (*World Health Organization*) remaja adalah suatu masa dimana individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksualitas sampai saat ini mencapai kematangan seksualitasnya, individu mengalami perkembangan psikologi dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa, dan terjadi peralihan dari ketergantungan sosial yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri.⁶ Dalam hal ini, seorang remaja cenderung dapat memulai untuk menentukan apa yang menjadi keputusan selama ia menjalani kehidupannya. Dalam hal ini, remaja sudah tumbuh menuju masa dewasa yang tentunya sudah lebih mandiri dalam menjalankan kewajiban atau tanggung jawabnya.

Peralihan dari masa kanak-kanak ke masa remaja merupakan suatu tahap perkembangan, namun bukan berarti terputus dengan periode sebelumnya, tetapi apa yang telah terjadi sebelumnya akan meninggalkan dampak atau pengaruh terhadap apa yang terjadi sekarang dan yang akan datang. Masa remaja sebagai periode peralihan memiliki status yang tidak jelas dan terdapat keraguan akan peran yang dilakukan. Pada masa ini, remaja sudah bukan lagi seorang anak, namun bukan pula orang dewasa. Status remaja yang tidak jelas ini memberi waktu kedepannya untuk mencoba gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola perilaku, nilai, dan sifat yang paling sesuai bagi dirinya.⁷ Masa remaja dapat dikategorisasikan

⁶ Jhon W. Santrock, *Adolescence Perkembangan Remaja*, (Jakarta: Erlangga, 2002), hal. 23

⁷ Riry Fatmawaty, Memahami Psikologi Remaja, *Jurnal Reforma*, Vol. VI No.02 (2017), hlm. 57-58

menjadi tiga jenis yaitu remaja awal, remaja pertengahan, dan remaja akhir.

Berikut ini merupakan perbedaan dari ketiga masa remaja tersebut:

Tabel 1.1

Perbedaan masa remaja awal, pertengahan, akhir

Remaja Awal	Remaja Pertengahan	Remaja Akhir
15 – 18 tahun	18 – 21 tahun	21 – 25 tahun

Sumber: Elizabeth B Hurlock (2003), Psikologi Perkembangan

Masa remaja adalah masa penting bagi pembentukan identitas dan perubahan-perubahan fisik serta kognitif yang terjadi dalam fase kehidupan dan dapat memberikan pengaruh atau dampak besar pada diri individu yang sedang berkembang.⁸ Pada masa remaja, setiap individu akan selalu mencoba hal-hal baru yang dianggapnya menyenangkan. Dan pengaruh lingkungan sekitar sangat menentukan perkembangan hingga pembentukan identitas yang ada dalam diri seorang remaja. Remaja akan mulai fokus untuk pengambilan keputusan, dari hal-hal kecil seperti penentuan teman bergaul, aktivitas-aktivitas yang tidak membosankan, hingga menentukan keputusan mengenai profesi apa yang diminati di masa yang akan datang.

Berdasarkan konsep-konsep yang telah dipaparkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa masa remaja adalah masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju dewasa yang ditandai oleh berbagai perubahan seperti

⁸ Penney Upton, *Psikologi Perkembangan*, (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 192

perubahan secara fisik maupun psikis. Selain itu, pada masa remaja juga identitas mulai terbentuk melalui berbagai faktor seperti lingkungan keluarga, pertemanan, maupun lingkungan masyarakat. Selama masa remaja, tentunya remaja akan menyukai hal-hal yang dianggapnya menyenangkan dan mereka akan selalu mencoba hal baru sampai menemukan minat atau aktivitas yang akan dijadikan sebagai rutinitas hingga penentuan gaya hidup mereka kedepannya dan tentunya tidak terlepas dari berbagai faktor internal (diri sendiri) maupun eksternal (lingkungannya).

1.6.2 Gaya Hidup Masyarakat Perkotaan

Menurut Kotler dan Keller gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menunjukkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia.⁹ Berkesinambungan dengan definisi menurut Sunarto yang menyatakan gaya hidup (*life style*) merupakan pola hidup seseorang yang diharuskan mengukur dimensi *activity* (aktivitas), *interest* (minat), dan *opinion* (pendapat) (AIO) untuk memahami kekuatan-kekuatan pada diri seseorang dan pada lingkungannya.¹⁰ Berikut merupakan penjabaran dari tiga indikator gaya hidup seseorang menurut Sunarto:

⁹ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 192.

¹⁰ Sunarto, *Perilaku Organisasi*, Edisi 2 (Yogyakarta: Amus, 2000), hlm. 103.

a) Kegiatan (*Activity*)

Kegiatan adalah apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.

b) Minat (*Interest*)

Minat adalah objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Minat dapat berupa kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut.

c) Opini (*Opinion*)

Opini adalah pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal atau ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

Selanjutnya, menurut Setiadi gaya hidup adalah secara luas diidentifikasi sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas) apa yang mereka

anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga sekitarnya (pendapat).¹¹ Gaya hidup didefinisikan sebagai pola dimana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup adalah fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi, dan variabel lain. Gaya hidup adalah konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen.¹² Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah hampa yang sebenarnya ada di dalam pikir pelanggan yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen.

13

Berdasarkan konsep-konsep mengenai gaya hidup yang telah dipaparkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwasanya gaya hidup adalah suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh individu yang mencerminkan tentang apa saja yang menjadi minat atau kesenangannya. Dalam hal ini, setiap individu bebas untuk memilih ataupun menentukan gaya hidupnya seperti apa saja yang akan ia lakukan ketika mengisi waktu luang. Misalnya dengan melakukan aktivitas yaitu menonton film, menghabiskan waktu bersama keluarga, nongkrong atau berkumpul

¹¹ J. Setiadi, Nugroho, Perilaku Konsumen, (Jakarta: PT Kencana, 2008), hlm. 148.

¹² James F. Engel, et. al., Perilaku Konsumen, (Jakarta: Binapira Aksara, 1994), hlm. 383

¹³ *Op. Cit.* hlm. 148.

bersama teman, dan lain sebagainya. Gaya hidup yang dimiliki oleh suatu individu tentunya memiliki tujuan tersendiri bagi individu tersebut, bisa jadi gaya hidup ini dimiliki semata-mata untuk menyenangkan dirinya, untuk membentuk suatu identitas atau citra diri dalam dirinya. Selain itu dapat bertujuan pula untuk meningkatkan status sosial melalui gaya hidupnya tersebut.

1.6.3 Interaksionisme Simbolik Perspektif Herbert Blumer

Dalam tradisi sosiologi, teori interaksionisme simbolik ini merupakan teori yang bersifat mikro dan lahir sebagai reaksi terhadap teori-teori struktural fungsionalisme yang menafikan otoritas dan otonomi individu dalam posisinya di masyarakat. Dalam persepektif teori interaksionisme simbolik, apa yang disebut sebagai “realitas”, “kebenaran” maupun budaya manusia merupakan produk dari interaksi antar individu dalam suatu jalinan yang kompleks dimana masing-masing individu mendefinisikan dirinya, dan juga mendefinisikan situasi dimana dia berinteraksi pada waktu itu.

Teoretisi interaksionisme simbolik membayangkan Bahasa sebagai sistem simbol yang sangat luas. Kata-kata adalah simbol karena digunakan untuk menggantikan sesuatu yang lain. Kata-kata membuat seluruh simbol yang lain menjadi tepat. Tindakan, objek, dan kata-kata lain eksis dan hanya mempunyai makna tertentu karena telah dan dapat dideskripsikan melalui

penggunaan kata-kata.¹⁴ Dalam hal ini, teori interaksionisme simbolik sangatlah jelas menekankan sebuah proses interaksi sehingga menghasilkan sebuah pemaknaan atas suatu simbol atau kata-kata yang terucap ataupun digunakan dalam suatu kelompok atau masyarakat tertentu.

Manusia mempelajari simbol dan makna di dalam interaksi sosial. Manusia menanggapi tanda-tanda dengan tanpa berpikir. Sebaliknya, mereka menanggapi simbol dengan cara berpikir. Tanda-tanda mempunyai artinya sendiri. Setiap orang sering menggunakan simbol untuk mengomunikasikan sesuatu mengenai ciri mereka sendiri: misalnya, mengendarai Rolls-Royce untuk mengomunikasikan gaya hidup tertentu.¹⁵ Dalam memahami sebuah pemaknaan dari simbol yang digunakan, tentu didalamnya terjadi komunikasi antar individu maupun antar kelompok sehingga terciptanya pemaknaan-pemaknaan baru terhadap sesuatu hal yang sebelumnya belum pernah diketahui.

Dikemukakan oleh Blumer dalam “Symbolic Interactionism Perspective and Method” (1986), Blumer membedakan objek menjadi tiga jenis yaitu objek fisik, objek sosial, dan objek abstrak. Objek fisik merupakan suatu benda ataupun barang yang dapat diamati secara langsung dan terdapat wujudnya secara nyata. Lalu, objek sosial yaitu berhubungan dengan tindakan individu dengan masyarakat ataupun hal-hal lain yang dapat dikaji secara sosiologis. Dan objek abstrak yaitu dapat dideskripsikan

¹⁴ George Ritzer. *Teori Sosiologi Modern Edisi Ketujuh*. Jakarta: Prenadamedia Group. hlm. 276.

¹⁵ *Ibid*, hlm. 276.

sebagai suatu konsep atau ide yang bersifat tidak terlihat dan tidak memiliki bentuk fisik seperti nilai-nilai dalam diri individu, motivasi, dan lain sebagainya. Ketiga objek ini berperan dalam menghasilkan sebuah pemaknaan atas segala bentuk objek yang ada di sekitarnya. Dalam hal ini, pola interaksi antar individu maupun antar kelompok yang menentukan bagaimana objek itu dapat dinilai dan dimaknai sehingga terbentuknya sebuah tindakan berdasarkan pemaknaan yang telah ada.

Dalam proses interaksi sosial, manusia secara simbolik mengkomunikasikan arti terhadap orang lain yang terlibat. Orang lain menafsirkan simbol komunikasi itu dan mengorientasikan tindakan balasan mereka berdasarkan penafsiran mereka. Dengan kata lain, dalam interaksi sosial, para aktor terlibat dalam proses saling memengaruhi.¹⁶ Teori interaksionisme simbolik ini dapat berfokus pada pentingnya konsep diri dan persepsi yang dimiliki individu berdasarkan interaksi dengan individu lain.

Teori interaksionisme simbolik membahas konsep mengenai “diri” (*self*) yang tumbuh berdasarkan suatu “negosiasi” makna dengan orang lain. Pada teori ini dijelaskan mengenai tindakan manusia yang tidak disebabkan oleh kekuatan luar (faktor yang mempengaruhi dari luar individu) maupun kekuatan dalam (faktor yang mempengaruhi dari dalam individu). Melainkan teori ini beranggapan bahwasanya tindakan yang dilakukan oleh

¹⁶ *Ibid*, hlm. 278.

setiap individu didasarkan pada pemaknaan atas sesuatu yang dihadapinya melalui proses yang oleh Blumer disebut dengan istilah *self-indication*.¹⁷

Proses *self-indication* adalah proses komunikasi pada diri individu yang dimulai dari mengetahui sesuatu, menilainya, memberi makna, dan memutuskan untuk bertindak berdasarkan makna tersebut. Lebih jauh Blumer menyatakan bahwa interaksi manusia dijumpai oleh penggunaan simbol-simbol, oleh penafsiran, dan oleh kepastian makna dari tindakan orang lain, bukan hanya sekedar saling bereaksi sebagaimana model stimulus-respon. Dengan demikian, interaksi manusia dimediasi oleh penggunaan simbol-simbol, interpretasi, atau dengan memastikan makna tindakan satu sama lain.¹⁸

Berdasarkan teori interaksionisme simbolik yang dikemukakan oleh Herbert Blumer, bahwasanya setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia tentu menunjukkan pada dirinya sendiri berbagai hal yang harus diperhitungkan dalam tindakannya. Tindakannya dibangun selangkah demi selangkah melalui proses indikasi diri tersebut. Individu manusia menyatukan dan memandu tindakannya dengan mempertimbangkan berbagai hal dan menafsirkan signifikansinya bagi tindakan yang akan diambilnya.¹⁹

¹⁷ Herbert Blumer. *Symbolic Interactionism Perspective and Method*. London: University of California Press. hlm. 83

¹⁸ *Ibid*, hlm. 78

¹⁹ *Op. Cit*, hlm. 80

Dalam interaksionisme simbolik, seseorang memberikan informasi hasil dari pemaknaan simbol dari perspektifnya kepada orang lain. Dan orang-orang penerima informasi tersebut akan memiliki perspektif lain dalam memaknai informasi yang disampaikan aktor pertama. Dengan kata lain, aktor akan terlibat dalam proses saling mempengaruhi sebuah tindakan sosial. Untuk dapat melihat adanya interaksi sosial yaitu dengan melihat individu berkomunikasi dengan komunitasnya dan akan mengeluarkan isyarat bahasa, kebiasaan, atau simbol-simbol baru yang menjadi objek penelitian para peneliti budaya.²⁰

Dalam memaknai teori interaksionisme simbolik, kita dapat melihat interaksi antar individu maupun antar kelompok yang saling memengaruhi dalam melakukan suatu tindakan. Tindakan direpresentasikan sebagai bentuk dari hasil interaksi yang telah terjadi, dan kemudian tindakan tersebut dimaknai sebagai simbol. Dikatakan simbol karena merupakan suatu kebiasaan atau perilaku yang dilakukan secara berulang-ulang dalam suatu kelompok tersebut.

1.6.4 Masyarakat Konsumsi di Era Modernisasi

Menurut perspektif dari seorang tokoh yaitu Jean Baudrillard, masyarakat konsumsi merupakan masyarakat yang mengkonsumsi bukan hanya barang, namun juga jasa manusia dan hubungannya dengan manusia.

²¹ Makna nya adalah seorang individu tidak mengonsumsi suatu objek

²⁰ George Ritzer. *Teori Sosiologi Modern Edisi Ketujuh*. Jakarta: Prenadamedia Group. hlm. 386.

²¹ Jean P Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004) hlm. 61

berdasarkan nilai gunanya melainkan objek tersebut merupakan simbol atau tanda yang dapat membedakan status sosial antara satu individu dengan individu yang lain. Dalam hal ini, secara tidak langsung terjadi proses diferensiasi status sehingga menciptakan suatu perbedaan, persaingan status, dan tingkat-tingkat *prestise*. Setiap individu tentu akan berlomba-lomba untuk memenuhi keinginannya bukan hanya kebutuhannya saja. Dan ketika keinginannya tersebut telah tercapai, maka individu tersebut akan merasa bahagia dan merasa bahwa ia berhasil untuk memenuhi gaya hidupnya agar dipandang memiliki *prestise* yang tinggi di kalangan masyarakat.

Baudrillard memiliki anggapan bahwa kekuatan ideologi dan pengertian dasar tentang kebahagiaan pada masa modern sebenarnya tidak datang dari kecenderungan alamiah, melainkan lahir dari sosio-historis karena kebahagiaan adalah kesamaan hak dan kebebasan bagi setiap orang. Sehingga kebahagiaan harus terukur di tengah masyarakat.²² Pandangan masyarakat modern sebagaimana pengaruh positivisme, kebahagiaan sering disejajarkan dengan kemapanan yang dapat diukur dengan objek dan tanda kenyamanan. Kebahagiaan sebagai kenikmatan total dan bersifat batiniah tergantung pada tanda-tanda yang tercermin dalam pandangan hidup masyarakat.²³

²² Ibid, hlm. 49

²³ Ibid, hlm. 62

Masyarakat konsumsi, dalam banyak hal tidak akan pernah terpuaskan dan tidak akan mampu memuaskan kebutuhan konsumsi mereka, semata demi satu perbedaan, sehingga kecenderungan semacam ini pelan namun pasti akan melahirkan masyarakat konsumtif yang rakus dan mengidap ketidakpuasan tanpa henti atau tidak akan pernah berakhir. Konsumsi yang dikembangkan masyarakat kapitalis, pada dasarnya bukanlah dengan tujuan untuk mencari kenikmatan atau kebermanfaatannya saja, melainkan lebih untuk tujuan memperoleh perbedaan, karena melalui perbedaan itulah masyarakat memiliki status sosial dan makna sosial²⁴

Dapat ditarik kesimpulan bahwasanya masyarakat konsumsi ini tidak membeli atau mengonsumsi barang berdasarkan “nilai guna” atau “nilai kebermanfaatan” dari barang tersebut, melainkan ia memperhatikan tanda atau simbol yang ada dalam barang yang akan dikonsumsi. Dalam hal ini, terkadang sebagian besar masyarakat menganggap bahwa kebahagiaan terlahir melalui pemenuhan-pemenuhan keinginan atau merealisasikan suatu perubahan berdasarkan apa yang dipandang memiliki *prestise* yang disegani di kalangan masyarakat. Konsep ini menekankan bahwasanya konsumsi bukan hanya suatu aktivitas untuk mencukupi kebutuhan hidup, melainkan konsumsi ini merupakan suatu aktivitas yang menjadi faktor terbentuknya stratifikasi sosial, sehingga barang yang dikonsumsi tersebut tercipta sesuai dengan kelas atau kemampuan

²⁴ Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 112

konsumen. Atau dengan kata lain, semakin tinggi tingkat konsumsi maka akan berpengaruh pada tingginya mobilitas hidup individu maupun kelompok.

1.7 Hubungan Antar Konsep

Di era perkembangan zaman yang semakin pesat ini, tentunya menimbulkan berbagai macam dampak di berbagai aspek. Tidak hanya di aspek teknologi saja, namun aspek sosial budaya juga tampaknya mengalami perkembangan. Salah satunya terbukti dengan gaya hidup Masyarakat yang semakin mengalami kemajuan terutama gaya hidup pada Masyarakat modern, Masyarakat modern yang pada umumnya bertempat tinggal di daerah perkotaan dianggap lebih memiliki gaya hidup dengan *prestise* yang tinggi jika dibandingkan dengan Masyarakat yang bertempat tinggal di daerah pedesaan. Hal tersebut disebabkan oleh Masyarakat perkotaan yang lebih bersikap terbuka dalam menerima globalisasi, tak terkecuali dalam memaknai gaya hidup. Masyarakat kota cenderung menyukai hal-hal yang membuat status sosial mereka lebih tinggi. Oleh karena itu, gaya hidup yang modern erat kaitannya dengan Masyarakat perkotaan sebagai pelaku utamanya.

Salah satu gaya hidup Masyarakat modern yang sepertinya sudah banyak diketahui ialah nongkrong di café. Istilah “nongkrong” sudah sangat akrab sekali dengan Masyarakat, terutama remaja perkotaan. Banyaknya remaja yang menghabiskan waktu luangnya untuk sekedar nongkrong di café membuktikan bahwa nongkrong bukan lagi ditujukan untuk meminum kopi atau menyantap camilan saja, melainkan nongkrong di café juga dijadikan ruang terbuka untuk siapa

saja bebas berinteraksi, bertukar pikiran dalam waktu yang cukup lama. Aktivitas nongkrong di café pun dianggap sebagai aktivitas yang dapat menghibur diri di Tengah aktivitas yang padat di setiap harinya. Khususnya Masyarakat perkotaan yang memiliki gaya hidup modern pastinya akan senang jika mengunjungi tempat-tempat yang nyaman untuk disinggahi disaat rasa bosan atau lelah sedang menghampiri. Terlebih lagi, banyaknya café-café di perkotaan yang menawarkan konsep dan tata ruang yang menarik membuat pengunjung semakin ingin mendatangi café tersebut. Banyaknya café di perkotaan semakin menjadi alasan atau motif utama individu untuk segera bergegas mengunjungi café tersebut.

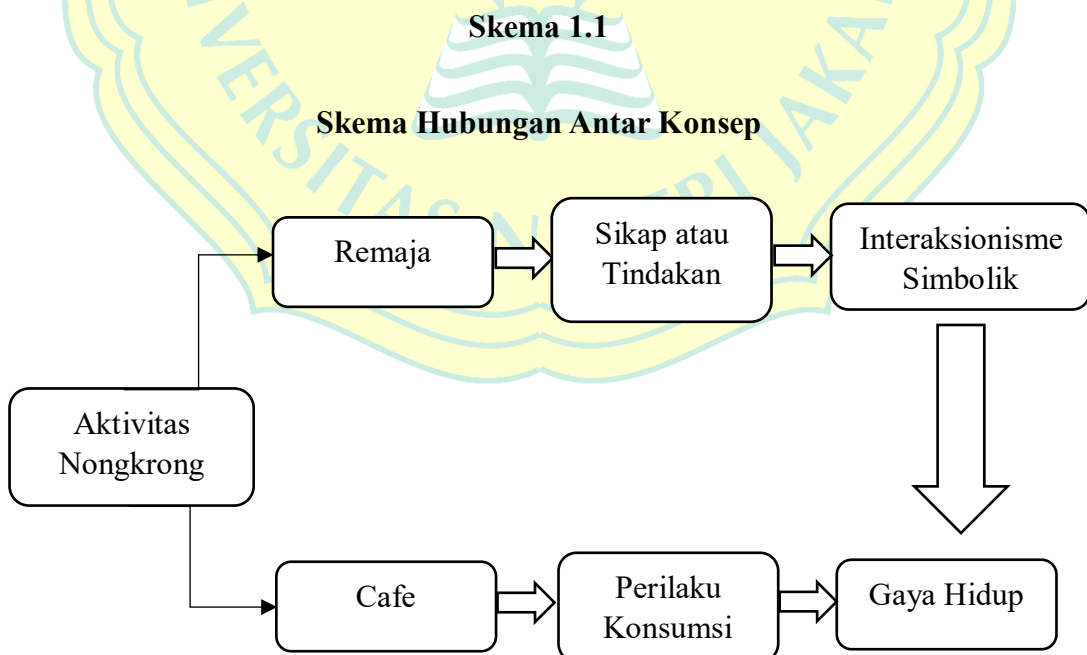
Di perkotaan, seringkali kita menemukan sebagian besar remaja yang melakukan aktivitas nongkrong di café. Aktivitas nongkrong di café tersebut dapat menjadi simbol yang membentuk suatu makna berdasarkan interaksi yang berawal dari setiap individu yang terlibat dalam aktivitas nongkrong tersebut. Dalam hal ini, teori interaksionisme simbolik meyakini bahwa individu dapat membentuk makna melalui proses komunikasi. Pada saat makna tersebut telah terbentuk, maka proses komunikasi akan berjalan dengan sangat baik dikarenakan dari makna tersebut membuat sebuah kesalahpahaman atau ketidakselarasan menjadi dapat diatasi.

Selain teori interaksionisme simbolik, teori Masyarakat konsumsi yang dipelopori oleh Jean Boudriliard dapat dijadikan sebagai acuan dalam skripsi peneliti. Menurut teori ini, suatu objek dilihat dari nilai tanda dan simbol yang melekat didalamnya, bukan pada kegunaannya. Atau dengan kata lain teori ini beranggapan bahwasanya suatu kondisi masyarakat yang membeli barang tidak

berdasarkan skala prioritas kebutuhan dan kegunaannya, namun tanda yang melekat yang dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang.

Kini, aktivitas nongkrong tidak memiliki batasan usia. Lain halnya dengan zaman dahulu yang pada umumnya aktivitas nongkrong ini hanya dilakukan oleh bapak-bapak dan hanya sebatas untuk mengobrol atau bersantai saja. Berbeda dengan saat ini karena sudah banyak modifikasi yang diakibatkan oleh perubahan gaya hidup yang semakin modern ini. Khususnya di café yang dijadikan tempat penelitian ini, café tersebut didominasi oleh remaja yang seringkali berdatangan bersama temannya atau pasangannya. Pergeseran nilai dan makna dari nongkrong tentunya disebabkan oleh pemaknaan dari diri individu atas apa yang dilakukannya.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka akan lebih mudah untuk dipahami melalui bagan kerangka berpikir dibawah ini:



Sumber: Hasil Interpretasi Peneliti, 2023

1.8 Metodologi Penelitian

1.8.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan oleh peneliti adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dianggap tepat oleh peneliti karena melalui pendekatan kualitatif ini peneliti dapat memahami aktivitas ataupun fenomena yang ada di Masyarakat, khususnya dengan mengamati dan memberi makna terhadap subjek penelitian. Landasan berpikir dalam penelitian kualitatif adalah pemikiran Max Weber (1997) yang menyatakan bahwa pokok penelitian sosiologi bukan gejala-gejala sosial, tetapi pada makna-makna yang terdapat di balik tindakan-tindakan perorangan yang mendorong terwujudnya gejala-gejala sosial tersebut. Oleh karena itu metode utama dalam sosiologi yang digunakan oleh Max Weber adalah *verstehen* atau pemahaman (jadi bukan *erklaren* atau penjelasan).²⁵ Maka dari itu, agar seorang peneliti dapat memahami makna dari suatu gejala sosial yang ditelitinya, ia harus dapat berperan sebagai pelaku yang ditelitinya, dan harus dapat memahami para pelaku yang ditelitinya agar dapat mencapai tingkat pemahaman yang sempurna dalam mengetahui makna dari gejala sosial yang sedang ditelitinya. Maka dari itu, pendekatan kualitatif ini yang dapat digunakan untuk mendeskripsikan secara mendetail mengenai makna aktivitas nongkrong sebagai gaya hidup populer remaja perkotaan.

Peneliti menggunakan strategi penelitian yaitu metode studi kasus mengenai 6 orang remaja yang sering melakukan aktivitas *Nongkrong*. Secara umum, studi

²⁵ Seto Mulyadi, Heru Basuki, Hendro Prabowo, *Metode Penelitian Kualitatif dan Mixed Method* (Depok: PT Raja Grafindo Persada, 2019)

kasus dapat diartikan sebagai metode atau strategi penelitian dan sekaligus hasil suatu penelitian pada kasus tertentu. Dalam *mainstream* ilmu-ilmu sosial yang kini berkembang, periset umumnya lebih menekankan pengertian pertama. Studi kasus lebih dipahami sebagai pendekatan untuk mempelajari, menerangkan, atau menginterpretasi suatu ‘kasus’ dalam konteksnya yang alamiah tanpa adanya intervensi pihak luar.²⁶

Metode ini digunakan untuk menggali serangkaian kegiatan secara intensif, terinci, dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, aktivitas. Bisa juga diartikan dengan strategi penelitian dimana peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, aktivitas, proses, atau sekelompok individu.²⁷ Dalam melakukan studi kasus, peneliti memfokuskan penelitian pada satu *Café* di Pamulang, Tangerang Selatan yang bernama “Kebun Latte”. Dengan studi kasus ini, peneliti dapat melihat, mengamati, dan juga menyimpulkan mengenai tindakan-tindakan apa saja yang dilakukan oleh subjek penelitian. Dan melalui metode studi kasus ini, peneliti dapat menggali secara lebih mendalam dan dapat mengetahui tentang sebab dan akibat yang ditimbulkan dari permasalahan penelitian yang ingin diteliti.

1.8.2 Subyek Penelitian

Subyek penelitian atau yang biasa disebut dengan “Informan” adalah orang-orang yang mampu untuk menjawab berbagai macam pertanyaan yang akan diajukan oleh peneliti ketika nanti melakukan penelitian secara langsung. Atau

²⁶ Agus Salim, MS, *Teori Paradigma Penelitian Sosial Edisi Kedua*, (Yogyakarta: PT Tiara Wacana, 2006), hlm. 116.

²⁷ W. Lawrence Nueman, *Metode Penulisan Sosial : Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Indeks Jakarta, 2013), hlm. 40.

dengan kata lain subyek penelitian ini yang akan membantu peneliti ketika sedang melakukan pengumpulan data. Subyek penelitian ini terbagi menjadi tiga jenis, yaitu:

Pertama, informan kunci yaitu pemilik Kebun Latte. Melalui informan kunci ini, peneliti dapat mengetahui tentang sejarah atau latar belakang terbentuknya kebun latte, tantangan-tantangan apa saja yang dihadapi oleh pemilik dalam membangun kebun latte, strategi yang ditawarkan oleh pemilik agar Café Kebun Latte ini selalu ramai oleh pengunjung dan juga hal-hal lain yang akan ditanyakan oleh peneliti saat wawancara. Dikatakan sebagai informan kunci karena pemilik Café Kebun Latte tentunya mengetahui berbagai hal seputar awal mula berdirinya Café, proses rekrutmen karyawan, strategi dan tantangan yang dihadapi, hingga hal-hal menarik lainnya yang berkaitan dengan café tersebut.

Kedua, informan pendukung yaitu karyawan yang bekerja di Café Kebun Latte. Karyawan yang akan diwawancarai ialah sebanyak 3 orang dengan tujuan dari mewawancarai karyawan ialah untuk mengetahui berbagai macam informasi seputar Café Kebun Latte, mengetahui menu makanan dan menu minuman yang seringkali dipesan oleh pengunjung, mengetahui tempat-tempat atau *spot* tertentu yang dimanfaatkan pengunjung untuk mendokumentasikan mengetahui *range* atau kisaran pengeluaran yang dihabiskan pengunjung selama melakukan aktivitas Nongkrong di kebun latte. Selain itu, melalui wawancara yang dilakukan dengan karyawan, peneliti juga dapat mengetahui kira-kira apa saja pendapat atau masukan ataupun keluhan yang pernah diberikan oleh pengunjung saat mereka mengunjungi café kebun latte ini.

Ketiga, informan utama dalam penelitian ini yaitu pengunjung Café Kebun Latte, khususnya remaja yang bertempat tinggal di Tangerang Selatan. Informan utama terdiri dari 6 orang. Dikatakan sebagai informan utama karena fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui makna aktivitas nongkrong yang dilakukan oleh remaja perkotaan. Tujuan dari menjadikan pengunjung sebagai informan utama adalah untuk mengetahui latar belakang atau faktor penyebab mereka berkunjung ke Café Kebun Latte, mengetahui berapa lama mereka menghabiskan waktu selama nongkrong dan dengan siapa mereka berkunjung ke Café Kebun Latte, mengetahui aktivitas yang dilakukan selama di Café Kebun Latte, faktor pemilihan tempat yang menjadikan mereka tertarik untuk melakukan aktivitas nongkrong di Café Kebun Latte, pengaruh atau dampak apa saja yang mereka rasakan selama melakukan aktivitas nongkrong, serta hal-hal lain yang akan ditanyakan secara lebih spesifik untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dicantumkan pada rumusan masalah sebelumnya.

Setelah dipaparkan mengenai subyek penelitian yang akan menjadi sumber data pada penelitian ini, berikut ini adalah tabel karakteristik informan peneliti:

Tabel 1.2

Karakteristik Subjek Penelitian

No.	Jenis Informan	Kategori	Jumlah Informan
1.	Pemilik Café Kebun Latte	Informan Kunci	1 Orang
2.	Karyawan Café Kebun Latte	Informan Pendukung	3 Orang
3.	Pengunjung Café Kebun Latte	Informan Utama	6 Orang



1.8.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneliti melakukan penelitian ini sejak awal bulan Oktober 2023. Lokasi penelitian bertempat di Café Kebun Latte (Jalan Haji Jamat, Ciater, Tangerang Selatan). Sebelum memilih café tersebut menjadi tempat penelitian, peneliti telah beberapa kali mengunjungi café tersebut sejak baru dibangun pada akhir tahun 2019. Namun, untuk waktu penelitian dari mulai observasi hingga wawancara dilakukan pada bulan Oktober-November 2023. Pemilihan lokasi ini dilakukan oleh peneliti dalam rangka untuk menjawab pertanyaan yang telah dicantumkan pada rumusan masalah. Adapun alasan pemilihan lokasi ini sebagai berikut:

- a) Banyaknya café yang tersebar di Kota Tangerang Selatan, khususnya di wilayah pamulang, ciater, dan sekitarnya. Namun, pada umumnya konsep dan tata ruang café terbilang sama antar satu dengan yang lainnya. Yaitu dengan menggunakan konsep *indoor* dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas didalamnya. Dalam hal ini, café kebun latte ini memiliki perbedaan yang sudah terlihat sejak awal peneliti berkunjung, dikarenakan café kebun latte ini mengusung konsep café yang teduh dilengkapi dengan pohon jati yang menjulang tinggi ditengah café tersebut. Walaupun café ini dilengkapi oleh pepohonan, namun tetap memiliki interior yang modern dan tampaknya membuat nyaman pengunjung yang berdatangan ke café tersebut.
- b) Lokasi café kebun latte yang terbilang cukup strategis karena terletak di dekat permukiman warga. Dan café kebun latte ini

terletak di sebuah jalan yang menghubungkan wilayah muncul – ciater. Maka dari itu, banyaknya masyarakat yang melintas di jalan tersebut tentunya menjadi salah satu faktor café ini selalu ramai di setiap harinya.

- c) Café Kebun Latte ini dapat dijangkau oleh peneliti karena letaknya dekat dengan tempat tinggal peneliti sehingga peneliti dapat dengan mudah untuk mengunjungi café tersebut tanpa terhalangi oleh keterbatasan waktu dan lain sebagainya. Selain itu, peneliti dapat dengan mudah untuk melakukan pengumpulan data karena lokasi café yang cukup dekat.

1.8.4 Peran Peneliti

Peran peneliti dalam penelitian kualitatif ini sangatlah penting, dikarenakan peneliti yang akan mengumpulkan data saat turun di lapangan. Selain mengumpulkan data, peneliti juga menganalisis atau menafsirkan beberapa kesimpulan dari data yang telah didapatkan. Dalam hal ini, peneliti semaksimal mungkin dapat mengumpulkan data yang valid dan akurat dari beberapa informan yang telah ditentukan. Maka dari itu, peneliti harus mempunyai kemampuan untuk menjalin keakraban dengan informan agar informan dapat merasa nyaman dan menyampaikan respon yang sesuai dengan keadaan yang terjadi. Dalam hal ini, peneliti berusaha semaksimal mungkin untuk dekat dengan informan seperti pemilik café kebun latte, karyawan, dan juga pengunjung. Hal tersebut semata-mata bertujuan untuk memperoleh data yang nantinya dapat menjawab berbagai macam

pertanyaan wawancara yang telah dibuat oleh peneliti. Selama penelitian berlangsung, peneliti harus bersikap obyektif yang artinya peneliti harus dapat membedakan antara fakta atau temuan penelitian serta opini atau pendapat.

1.8.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan yang sangat penting dalam penelitian, dikarenakan tujuan utama dari sebuah penelitian adalah memperoleh data yang akan digunakan untuk menjawab permasalahan yang sedang diteliti. Adapun pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti yaitu dengan cara sebagai berikut:

a) Observasi

Observasi merupakan suatu kegiatan berupa pengamatan dan pencatatan yang tersusun secara sistematis atas objek atau gejala yang diteliti. Pada praktiknya, observasi ini membutuhkan beberapa alat pendukung seperti kamera, buku catatan, alat tulis, dan lain sebagainya guna membantu dalam melaporkan hasil observasi yang telah diteliti. Observasi ini bertujuan untuk melihat dan memahami secara langsung mengenai gejala atau permasalahan yang diteliti sehingga peneliti memiliki gambaran umum tentang apa saja yang ada di lapangan sehingga saat wawancara peneliti sudah lebih siap untuk mengajukan pertanyaan penelitian.

b) Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada informan yang dituju dan kemudian jawaban-jawaban yang telah disampaikan oleh informan dapat disimpan melalui rekaman atau bisa juga dicatat. Dalam prosesnya, peneliti dapat menyampaikan pertanyaan dengan jelas dan tentunya menggunakan Bahasa yang komunikatif agar informan atau responden dapat memahami dan dapat menjawab pertanyaan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya terjadi atau yang sebenarnya dirasakan. Tujuan utama dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi yang valid, maka dari itu peneliti harus menguasai teknik-teknik wawancara yang baik agar informan merasa nyaman dan dapat menjawab pertanyaan dengan maksimal.

c) Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan saat observasi dan juga wawancara, yaitu berupa mengambil gambar ataupun video saat proses pengamatan dan wawancara sedang berlangsung. Dokumentasi dapat berupa foto, rekaman-rekaman hasil wawancara, *fieldnote* yang berisi mengenai hasil pengamatan, dan lain sebagainya yang digunakan sebagai data penunjang kebutuhan peneliti yang sebagian besar bersumber dari informan.

d) Studi Pustaka

Studi Pustaka yaitu teknik pengumpulan data dengan metode yaitu mencari, memilih, dan *me-review* berbagai macam literatur berupa

jurnal nasional, jurnal internasional, karya ilmiah atau tugas akhir yang sejenis dengan penelitian ini. Studi Pustaka ini bertujuan agar peneliti dapat lebih mengetahui dan memahami mengenai permasalahan yang ingin diteliti, dan agar peneliti dapat lebih memahami teori ataupun konsep-konsep yang akan digunakan untuk menganalisis data yang telah didapat.

1.8.6 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan penelitian ini adalah ketika melakukan wawancara dengan karyawan dan remaja yang berkunjung ke Café Kebun Latte. Hal tersebut dikarenakan jam kerja karyawan yang sangat padat sehingga peneliti dapat melakukan wawancara dengan menyesuaikan jam kerja karyawan agar tidak mengganggu aktivitas pekerjaannya. Lalu keterbatasan yang selanjutnya adalah remaja yang berkunjung biasanya hanya di waktu-waktu tertentu saja yaitu saat *weekend* dan ketika sudah menjelang malam hari di rentang waktu pukul 18.00 hingga 22.00 WIB.

1.8.7 Triangulasi Data

Triangulasi data adalah suatu proses yang digunakan untuk menggali kebenaran informasi melalui berbagai metode yang dilakukan oleh peneliti. Triangulasi data merupakan teknik pengumpulan data yang sifatnya menggabungkan berbagai sumber dan data yang telah diperoleh. Atau dengan kata lain, triangulasi data ini merupakan teknik pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu. Misalnya dengan cara membandingkan data hasil

observasi dengan hasil wawancara, dan membandingkan informasi yang didapat dari berbagai informan dalam penelitian ini.

Adapun triangulasi data pada penelitian ini yaitu 1 orang pemilik Café Kebun Latte yang bernama Rafi Dharmawan, dan 3 orang karyawan Café Kebun Latte yang bernama Bagas, Indrawan, dan Novian. Pemilik Café Kebun Latte dapat dijadikan sebagai Triangulasi Data ialah karena Pemilik Café sudah mengetahui secara lebih mendalam mengenai Sejarah dan perkembangan café, kemudian dapat mengetahui tentang gaya hidup yang sedang berkembang di masyarakat hingga pada akhirnya memutuskan untuk mendirikan sebuah Café dengan mengusung konsep yang berbeda. Selain pemilik café, karyawan juga dapat dijadikan sebagai triangulasi dikarenakan setiap hari selalu bertemu dengan pengunjung dan secara tidak langsung dapat mengamati aktivitas-aktivitas apa saja yang dilakukan oleh pengunjung selama berada di Café Kebun Latte.

Proses triangulasi data ini yaitu dengan cara mengamati atau melakukan observasi dan juga mewawancarai informan yang sudah ditetapkan sebagai sumber triangulasi data yang kemudian hasil dari observasi dan wawancara tersebut disesuaikan dengan apa yang telah disampaikan oleh informan utama yaitu pengunjung. Kegunaan triangulasi data adalah untuk mengetahui ketidaksamaan data antara data yang diperoleh dari satu informan dengan informan lainnya. Maka dari itu, teknik triangulasi data ini dianggap sebagai cara yang tepat untuk dapat menyatukan perbedaan data agar peneliti dapat menarik kesimpulan yang valid berdasarkan data yang telah didapat saat terjun di lapangan.

1.8.8 Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data pada penelitian kualitatif dilakukan melalui pengaturan data secara logis dan sistematis, dan analisis data itu dilakukan sejak awal peneliti terjun ke lokasi hingga pada akhir penelitian. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak awal peneliti terjun ke lokasi penelitian yakni sejak peneliti mulai melakukan pertanyaan-pertanyaan dan catatan-catatan pada saat di lapangan. Seperti halnya bahwa analisis data kualitatif yang dihimpun dari wawancara mendalam dan catatan lapangan berasal dari pertanyaan-pertanyaan dan catatan-catatan pada saat di lapangan. Seperti halnya bahwa analisis data kualitatif yang dihimpun dari wawancara mendalam dan catatan lapangan berasal dari pertanyaan-pertanyaan yang dihasilkan pada proses yang paling awal dalam penelitian, selama pembuatan konseptual, fase pertanyaan memfokuskan pada penelitian. Singkat kata, analisis data itu dilakukan dalam dua tahapan, yaitu selama proses pengumpulan data dan pada akhir pengumpulan data.

Adapun proses dari analisis data kualitatif, diantaranya:

- a) Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberikan kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri.
- b) Mengumpulkan memilih dan memilah, mengklasifikasikan, mensintesis, membuat ikhtisar, dan membuat indeksinya.
- c) Berpikir dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna.
- d) Mencari dan menemukan pola, hubungan-hubungan, dan membuat temuan-temuan umum.

Dalam hal ini, peneliti melakukan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan juga dokumentasi. Kemudian peneliti membuat catatan lapangan berdasarkan hasil pengamatan dan hasil wawancara yang sudah didokumentasikan. Melalui teknik pengumpulan data tersebut, peneliti bisa menganalisis data dengan cara mengklasifikasikan data tersebut sesuai dengan kategorisasi yang ada dan kemudian akan dianalisis berdasarkan landasan teori atau konsep yang relevan dengan fokus penelitian.

1.8.9 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari 5 bab yaitu Bab 1 berisi pendahuluan, Bab II berisi mengenai deskripsi lokasi penelitian, Bab III membahas mengenai hasil penelitian atau hasil temuan saat di lapangan, kemudian Bab IV yang membahas mengenai analisis dari hasil temuan menggunakan teori atau konsep sebagai pisau analisis, dan yang terakhir yaitu Bab V berupa penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran. Berikut ini peneliti akan menjelaskan secara rinci mengenai isi dari bab-bab tersebut, yaitu:

Bab I yang merupakan pendahuluan akan membahas mengenai latar belakang dilaksanakannya penelitian ini, yang kemudian dari latar belakang tersebut akan diketahui permasalahan apa yang sedang diteliti dan beberapa pertanyaan yang telah dirumuskan dalam rumusan masalah. Tidak hanya latar belakang dan rumusan masalah saja, namun peneliti juga menjelaskan mengenai tujuan dilaksanakannya penelitian ini. Kemudian, peneliti membahas mengenai manfaat penelitian ini yang dilihat dari 2 aspek yaitu manfaat secara teoritis dan

praktis. Peneliti juga menjabarkan mengenai tinjauan penelitian sejenis yang sudah di *review* atau dikaji oleh peneliti. Tinjauan penelitian sejenis berguna untuk menambah wawasan peneliti serta membantu untuk memahami dan menganalisis topik penelitian. Sedangkan untuk merefleksikan penelitian secara sosiologis, peneliti menggunakan kerangka konseptual sebagai pisau analisis yang disesuaikan dengan permasalahan yang akan diteliti. Kemudian dijelaskan pula mengenai metodologi penelitian ini yang mencakup lokasi dan waktu penelitian, subyek penelitian, dan lain sebagainya.

Bab II, pada bab ini akan membahas mengenai deskripsi umum Café Kebun Latte. Namun sebelum membahas lebih jauh mengenai Café Kebun Latte, akan dijelaskan lebih detail dahulu mengenai profil atau gambaran umum Kota Tangerang Selatan. Dalam bab ini, gambaran umum lokasi penelitian akan dijelaskan mengenai hasil pengamatan atau observasi yang telah dilakukan oleh peneliti. Pada bab ini, akan dipaparkan pula mengenai fasilitas-fasilitas apa saja yang ada di Kebun Latte sehingga membuat pengunjung merasa tertarik mengunjungi Café tersebut.

Bab III membahas mengenai hasil penelitian yang telah didapat berdasarkan wawancara yang telah dilaksanakan bersama dengan informan atau subyek penelitian. Pada bab ini, akan lebih terfokus untuk menjawab pertanyaan yang telah tercantum di rumusan masalah, khususnya membahas mengenai latar belakang atau faktor pendorong seorang remaja melakukan aktivitas nongkrong, serta membahas mengenai pemaknaan aktivitas nongkrong bagi remaja.

Bab IV, pada bab ini akan membahas mengenai analisis terhadap hasil penelitian atau temuan penelitian yang sebelumnya sudah dipaparkan pada bab III. Bab ini akan fokus untuk menganalisis permasalahan penelitian berdasarkan teori atau kerangka konsep dalam perpektif sosiologis. Selain itu, pada bab ini juga akan terfokus untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah mengenai dampak dari aktivitas nongkrong yang dilakukan oleh remaja perkotaan sebagai bentuk dari gaya hidup yang dimiliki.

Bab V, bab ini merupakan penutup dari penulisan skripsi ini. Dalam bab terakhir ini, penulis akan menjelaskan kesimpulan penelitian yang diperoleh melalui pengumpulan data dan kemudian diperkuat dengan analisis menggunakan teori atau konsep yang relevan sesuai dengan topik penelitian. Pada bab ini, peneliti juga akan memberikan saran-saran untuk penelitian selanjutnya yang sejenis dengan penelitian ini.

