

**PERUBAHAN GAYA HIDUP MASYARAKAT:  
BUDAYA NONGKRONG, PRODUKTIVITAS KERJA DAN  
EKSPRESI DIRI DI KEDAI JOGLO KOPI SONGGO LANGIT  
SOROWAJAN**



**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar

Sarjana Strata Satu Sosial (S.Sos.)

**Disusun Oleh:**

**Moh. Saiful Bahri**

**NIM. 17102030010**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**Pembimbing:**

**Ahmad Izudin, M. Si.**

**NIP. 19890912 201903 1 008**

**PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2023**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1183/Un.02/DD/PP.00.9/07/2023

Tugas Akhir dengan judul : PERUBAHAN GAYA HIDUP MASYARAKAT: BUDAYA NONGKRONG, PRODUKTIVITAS KERJA DAN EKSPRESI DIRI DI KEDAI JOGLO KOPI SONGGO LANGIT SOROWAJAN

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MOH. SAIFUL BAHRI  
Nomor Induk Mahasiswa : 17102030010  
Telah diujikan pada : Rabu, 31 Mei 2023  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Ahmad Izudin, M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 64c38a7d02e3a



Pengaji I

Drs. Mohammad Abu Suhud, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 64b49f0149ab8



Pengaji II

Dr. Pajar Hatma Indra Jaya, S.Sos., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 64a8688e12e72



Yogyakarta, 31 Mei 2023

UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 64c770b914daa



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

### SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:  
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum wr.wb.*

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Moh. Saiful Bahri  
NIM : 17102030010  
Judul Skripsi : Perubahan Gaya Hidup Masyarakat: Budaya Nongkrong, Produktivitas Kerja dan Ekspresi Diri di Kedai Joglo Kopi Songgo Langit

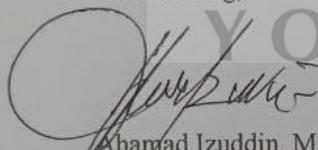
Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah Jurusan/Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

Dengan ini saya mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan.  
Atas perhatiannya saya ucapan terimakasih.

Yogyakarta, 22 Mei 2023

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

Pembimbing,

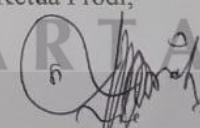


Ahmad Izuddin, M.Si.

NIP 198909122019031008

Mengetahui:

Ketua Prodi,



Siti Aminah, S.Sos.I.Si

NIP 198308112011012010

## **SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Moh. Saiful Bahri

Nim : 17102030010

Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang **berjudul Perubahan Gaya Hidup Masyarakat: Budaya Nongkrong, Produktivitas Kerja dan Ekspresi Diri di Kedai Joglo Kopi Songgo Langit Sorowajan** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang diambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah. Apabila pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Yogyakarta, 22 Mei 2023

Yang Menyatakan,



Moh. Saiful Bahri

NIM. 17102030010

## **PERSEMBAHAN**

**Sekripsi ini dipersembahkan penulis kepada:**

Kedua orang tuaku, Bapak Marsum dan Ibu Masriah tercinta yang ikhlas  
mendoakanku dengan alunan-alunan doa yang selalu menyertaiku dan telah  
memberikan kasih sayang yang tak terkira hebatnya. Terima kasih atas seluruh  
pengorbanannya selam ini untuk kebahagaanku dan telah memberikan dorongan serta  
semangat yang kuar biasa untuk anakmu ini.

Untuk kakak-kakak ku Alina Rahmawati dan Atin Himawati serta Adik ku Unnida  
Sinar Fajriah yang telah memberikan kontribusi besar baik secara motivasi saran dan  
nasihat-nasihat selama menyelesaikan skripsi ini.

Serta

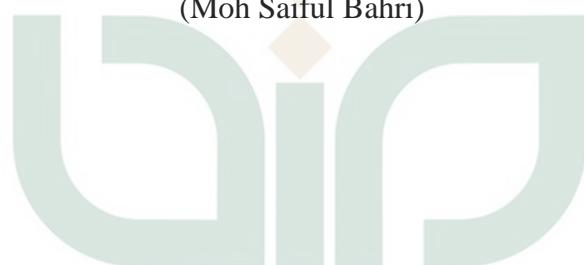
Untuk almamater Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Dakwah  
dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga.





“Hidupilah apa yang ada disekitarmu, dan rasakan manfaat yang diberikan”

(Moh Saiful Bahri)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warohmatullahi Wabarakaaatuh.*

Segala puji bagi Allah Dzat yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, yang telah memberikan banyak nikmat dan senantiasa memberikan hidayahnya kepada setiap makhluk ciptaan-Nya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan Skripsi dengan judul: **“Perubahan Gaya Hidup Masyarakat: Budaya Nongkrong, Produktivitas Kerja dan Ekspresi Diri di Kedai Joglo Kopi Songgo Langit Sorowajan”**

Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa umatnya *minadzul umati ilannur* dan kesejahteraan semoga selalu tercurahkan kepada keluarga beliau, sahabat- sahabatnya, *tabi'in - tabi'ut tabi'in*, dan kita sebagai umatnya semoga mendapat syafaat kelak di *yaumil akhir. Aamiin ya rabbal alamin.*

Dengan penuh kerendahan hati dan kesadaran diri, peneliti sadar bahwa skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak, dengan dukungan doa dan motivasi dari keluarga terutama kepada kedua orang tua yang tidak pernah bosan memberikan doa dan semangat kepada putranya. Serta dukungan baik dari segi moral mapun materil, sudah sepatutnya penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan demi terselesaikan skripsi ini, untuk itu penulis berterima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al-Makin, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Marhumah, MPd, selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Ibu Siti Aminah, S.Sos.I.,M.Si, selaku Ketua Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Pajar Hatma Indra Jaya, S.Sos.,M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah bersedia memberikan masukan, saran selama dari awal semester hingga akhir semester.
5. Bapak Ahmad Izzudin, MS.I. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dengan keikhlasan tenaga serta pikiran untuk memberikan pengarahan-pengarahan sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
6. Seluruh Bapak Ibu Dosen Pengembangan Masyarakat Islam yang telah banyak memberikan, mengajarkan ilmu kepada penulis selama penulis berkiprah di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Seluruh pengurus Tata Usaha dan Staf Prodi Pengembangan Masyarakat Islam terutama Bapak Aris yang telah membantu dan memperlancarkan dalam urusan surat menyurat.
8. Segenap crew Joglo Kopi mas Nasikul, cak Habib, Sigit, Obama, Cimeng, Dul, pak Hamid dan Pak Yo yang telah membantu dan memberikan arahan serta izin untuk melakukan penelitian dalam menyelesaikan skripsi ini dan juga menjadi rekan kerja kurang lebih 3 tahun, telah menjadi bagian keluarga selama di perantauan, terimakasih menjadi tempat belajar, diskusi, dan koordinasi. Tidak sedikit pelajaran yang saya dapatkan selama menjadi bagian dari joglo kopi, mempertemukan orang-orang dengan keragaman karakter, bagaimana belajar sabar ketika menghadapi pelanggan, mulai dari yang menyebalkan hingga

menjadi teman ngobrol, terimakasih juga menjadi tempat ternyaman ketika menyelesaikan skripsi ini.

9. Mas Fred dan Santia terima kasih yang telah menjadi partner bertukar ide dan pencerahan-pencerahan yang telah diberikan, tentunya hal tersebut sangat bermanfaat dalam terselesaiannya skripsi ini.
10. Segenap keluarga besar Pengembangan Masyarakat Islam 2017 yang telah menemani peneliti untuk senantiasa belajar, berdiskusi dan bertukar ide di kampus yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
11. Segenap Ikatan Keluarga Alumni Salafiyah (IKLAS) yang tidak kusebutkan satu-satu, terimakasih telah menjadi bagian dari kelurga di perantauan, meskipun tidak kenal banyak orang-orang yang ada Di Iklas, namun beberapa orang yang kutemui dan kenal memiliki sifat yang ramah dan tidak sungkan ketika dimintai pertolongan. Ciri khasnya ketika kumpul dengan keluarga Iklas adalah tidak lepas dari humor khas Pati. Sehingga tidak terkesan kaku dan tetap santai. Semoga Iklas menjadi wadah generasi-generasi penerus bangsa yang tidak lupa daerahnya dan tetap menjalin silaturahmi di manapun keberadaannya.
12. Segenap Jogja dan seisinya. Terimakasih telah menjadi tempat menghempaskan penat ketika sedang pening. Beberapa kenangan yang tercipta di Jogja membuat orang-orang sulit untuk meninggalkannya. Sekali lagi, terima kasih peneliti ucapan.

Yogtakarta, 22 Mei 2023

**Penulis**



**Moh. Saiful Bahri**  
**(17102030010)**

## ABSTRAK

Moh. Saiful Bahri (17102030010), *Perubahan Gaya Hidup Masyarakat: Budaya Nongkrong, Produktivitas Kerja dan Ekspresi Diri di Kedai Joglo Kopi Songgo Langit Sorowajan* Sekripsi, Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam. Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Penelitian ini menjelaskan tentang fenomena keberadaan kedai kopi terhadap perubahan gaya hidup masyarakat di kedai Joglo Kopi Songgo Langit Sorowajan. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui fenomena perubahan gaya hidup masyarakat beserta aktivitasnya dengan menggunakan dimensi gaya hidup AIO (*Activities, Interest, Opinion*). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitastif fenomenologis melalui observasi, wawancara dan literatur kepustakaan. Penelitian ini mengguanakan teknik *purposive sampling*. Pertimbangan pengambilan sampel akan ditentukan yang dirasa dapat memberikan informasi mendalam terkait tema penelitian ini yaitu masyarakat yang mengunjungi kedai Joglo Kopi Songgo Langit.

Hasil penelitian ini menunjukkan fenomena gaya hidup yang tercipta dari adanya kedai Joglo Kopi Songgo Langit mulai dari budaya nongkrong, produktivitas kerja, menyelesaikan pekerjaan maupun tugas kuliah dan juga interaksi sosial antara pengunjung lainnya. Serta hasil penelitian menunjukkan adanya daya tarik masyarakat terhadap kedai Joglo Kopi Songgo Langit, khusunya bagi masyarakat yang bekerja *freelance* hingga yang memanfaatkan fasilitas yang ada sesuai kebutuhannya, sehingga beberapa masyarakat mengunjungi kedai ini bisa tiga empat kali dalam seminggu. Fenomena yang terjadi menunjukkan bahwa eksistensi kedai Joglo Kopi Songgi Langit sudah menjadi kebutuhan yang merupakan bagian dari gaya hidup masyarakat saat ini. Oleh karena itu kedai Joglo Kopi Songgo Langit sudah menjadi ruang yang memfasilitasi kebutuhan masyarakat dalam melaksanakan aktivitas, minat dan opini sehingga menciptakan gaya hidup masyarakat dalam rangkat meningkatkan kualitas hidupnya.

**Kata Kunci:** *Gaya Hidup, Aktivitas, Produktif, Masyarakat*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	i
<b>PENGESAHAN TUGAS AKHIR .....</b>	ii
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	iii
<b>SURAT KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	iv
<b>PERSEMBAHAN .....</b>	v
<b>MOTTO .....</b>	vi
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	vii
<b>ABSTRAK .....</b>	x
<b>DAFTAR ISI .....</b>	xi
<b>DAFTAR GAMBAR DAN TABEL .....</b>	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan penelitian .....	6
D. Kegunaan .....	6
E. Telaah Pustaka .....	6
F. Kerangka Teori .....	10
G. Metode Penelitian .....	21
H. Sistematika Pembahasan.....	27
<b>BAB II Profil dan Perubahan Gaya Hidup, Aktivitas, Pendapat dan Minat .....</b>	26
A. Gambaran Umum Tentang Profil Kedai Joglo Kopi Songgo Langit.....	26
1. Profil Kedai Joglo Kopi Songgo Langit.....	26
2. Slogan.....	29
3. Logo kedai.....	29
4. Perkembangan Kedai Joglo Kopi Songgo Langit .....	30
5. Jam oprasional kedai Joglo Kopi Songgo Langit.....	31
6. Owner dan karyawan kedai Joglo Kopi Songgo Langit.....	32
7. Konsep kedai Joglo Kopi Songgo Langit.....	33
B. Eksistensi Kedai Joglo Kopi Songgo Langit .....	36
C. Motif Budaya Nongkrong Masyarakat di Kedai Joglo Kopi Songgo Langit .....	37
1. Kenyamanan dan Fasilitas yang Memadai di Kedai Joglo Kopi Songgo Langit .....	39
2. Suasana Tempat dan Waktu Efektif Untuk Berkunjung ke Kedai Joglo Kopi Songgo Langit .....	40

3. Identitas dan Jaringan Sosial Para Pelanggan yang Datang ke Kedai Joglo Kopi Songgo Langit .....	40
<b>D. Gaya Hidup dan Budaya Nongkrong Masyarakat dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja .....</b>	<b>41</b>
1. <i>Aktivities</i> (Aktivitas).....	44
2. <i>Interest</i> (Minat) .....	45
3. Opinion (Pendapat) .....	47
<b>E. Budaya Nongkrong dan Ekspresi Diri .....</b>	<b>48</b>
<b>BAB III Hasil Penelitian dan Pembahasan .....</b>	<b>50</b>
<b>A. Budaya Nongkrong Masyarakat di Kedai Kopi .....</b>	<b>50</b>
1. Kenyamanan dan Fasilitas.....	56
2. Suasanaaa Tempat dan Waktu Efektif dalam Berkunjung.....	59
3. Jaringan Sosial Para Pelanggan.....	61
<b>B. Gaya Hidup Serta Hakikat Budaya Nongkrong Masyarakat dalam Meningkatkan Produktivitas Kerja .....</b>	<b>64</b>
1. <i>Activity</i> (Aktivitas) .....	65
2. <i>Interest</i> (Minat) .....	74
3. <i>Opinion</i> (Pendapat) .....	79
<b>C. Analisis Perubahan Gaya Hidup Masyarakat Melalui Budaya Nongkrong Sebagai Bagian Dari Ekspresi Diri.....</b>	<b>86</b>
1. Perubahan Gaya Hidup Menjadikan Budaya Nongkrong Sebagai Kebutuhan. ....	89
2. Aktivitas di Kedai Joglo Kopi Songgo Langit sebagai Produkvtas Kerja ...	91
3. Dampak Perubahan Gaya Hidup Masyarakat di Kedai Joglo Kopi Songgo Langit .....	92
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>97</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>97</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>99</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>100</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>103</b>

## **DAFTAR GAMBAR DAN TABEL**

Tabel I.I Distingsi Penelitian .....	8
Tabel I.II Mapping Analisis .....	10
Tabel II.I Struktur Kepengurusan .....	30
Tabel II.2 Dimensi Gaya Hidup .....	32
Tabel II.3 Motif Budaya Nongkrong .....	38
Gambar II.I Tampak Depan dari Kedai Joglo Kopi Songgo Langit .....	26
Gambar II.2 Denah Lokasi Kedai Joglo Kopi Songgo Langit .....	29
Gambar II.3 Pintu Masuk Joglo Kopi Songo Langit .....	33
Gambar II.4 Bar dan Kasir di Kedai Joglo Kopi Songgo Langit .....	33
Gambar II.5 Tempat Duduk di Kedai Joglo Kopi Songgo Langit.....	34
Gambar II.6 Ruangan Khusus yang Ada di Kedai Joglo Kopi Songgo Langit .....	34
Gambar II.7 Bangunan Toilet dan Parkir .....	35
Gambar III.1 Aktivitas para pelanggan ketika mempresentasikan bisnis kepada para koleganya .....	72
Gambar III.2 Aktivitas belajar dan diskusi yang dilakukan oleh pelanggan .....	77



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Kedai kopi secara tidak langsung telah merubah gaya hidup masyarakat, dimana hal ini dipengaruhi oleh budaya yang terus berkembang. Perubahan gaya hidup saat ini dapat dilihat dari masyarakat yang mulai menunjukkan eksistensi diri masing-masing. Dalam hal ini eksistensi yang dimunculkan oleh masyarakat dengan cara berdiam diri di suatu tempat yang dalam rangka untuk mengisi waktu luang, maupun mengisi waktu dengan aktivitas produktif yang kemudian disebut dengan kegiatan nongkrong.<sup>1</sup> Kegiatan nongkrong ini sering kali dilakukan di kedai kopi yang banyak bermunculan di gang-gang kecil, di tempat strategis, bahkan hingga tempat yang tersembunyi di pinggiran kota.

Seiring perkembangan zaman dan arus globalisasi, kedai kopi telah menjadi fenomena menarik di kota-kota besar seperti Yogyakarta. Keberadaannya langsung menjadi sejenis gaya hidup baru yang kemudian menyebar ke berbagai sudut kota, bahkan hingga ke kota-kota kecil. Bagi masyarakat modern, mengunjungi kedai kopi sudah menjadi kebiasaan untuk sekedar bersantai, menikmati kopi, ngobrol dan mengisi waktu luang.<sup>2</sup> Namun pada saat ini kedai kopi telah mengalami pergeseran makna, mengunjungi kedai kopi tidak hanya sebatas untuk menikmati secangkir kopi akan tetapi mengunjungi kedai kopi telah menjadi salah satu gaya hidup masyarakat.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Ganistria Marbawani and Grendi Hendrastomo, "Pemaknaan Nongkrong Bagi Mahasiswa Yogyakarta," *DIMENSIA: Jurnal Kajian Sosiolog*, vol. 9:4 (2021), hal. 5.

<sup>2</sup> Farika Nikmah, "Keberadaan Kafe, Warung Kopi, dan Pergeseran gaya Hidup," *Politeknik Negeri Malang*, vol. 7:3 (2015), hal. 638.

<sup>3</sup> Teguh Setiandika Igiasi, "Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik: Studi Tentang Gaya Hidup Masyarakat Kota Tanjungpinang," *Jurnal Masyarakat Maritim* vol. 1:5 (2017), hal. 25.

Salah satu alasan masyarakat memilih kedai kopi sebagai tempat untuk melakukan berbagai macam aktivitas produktif dikarenakan di kedai kopi pengunjung bisa merasakan suasana santai tanpa harus dibatasi oleh peraturan, hal ini beradampak pada tujuan dan arah topik pembicaraan yang santai tapi masih dalam ruang lingkup topik yang serius.<sup>4</sup> Aktivitas *ngopi* boleh dikatakan merupakan kata kerja untuk mewakili beberapa aktivitas produktif, sehingga kedai kopi tidak hanya memiliki nilai konsumtif saja, lebih dari itu kedai kopi telah bertransformasi menjadi tempat yang memiliki manfaat bagi berbagai kalangan masyarakat.

Kompleksitas kehidupan sehari-hari mengakibatkan masyarakat memiliki berbagai aktivitas yang berbeda, begitu juga dengan gaya hidup mereka antara masyarakat kota dan desa juga memiliki perbedaan. Masyarakat kota cenderung bergaya hidup praktis, dinamis serta mengikuti trend yang berkembang. Seperti halnya kebiasaan nongkrong, bersosialisasi dan aktivitas produktif lainnya, menjadikan masyarakat lebih memilih kedai kopi sebagai tempat untuk kegiatan tersebut. Mereka dengan berbagai pertimbangan, yakni dengan minum kopi di kedai kopi biaya yang dikeluarkan jauh lebih mahal dibandingkan dengan membuat kopi sendiri di rumah, namun harga secangkir kopi sebanding dengan manfaat yang mereka peroleh. Mereka mendapatkan teman, suasana, gaya hidup, hingga menyelesaikan urusan bisnis.<sup>5</sup>

Studi tentang perubahan gaya hidup masyarakat dari budaya nongkrong menjadi produktivitas kerja telah mendapat perhatian dalam kajian peneliti di Indonesia. Sejauh ini, peneliti dapat menemukan kecenderungan arah *novelty* menjadi topik. Pertama, kedai kopi di era modern saat ini dijadikan simbol gaya hidup, tempat berkumpul,

---

<sup>4</sup> Marthin Pangihutan Ompusunggu dan Achmad Helmy Djahawir, "Gaya Hidup dan Fenomena Perilaku Konsumen Pada Warung Kopi di Malang", *Jurnal Aplikasi Manajemen*, vol. 12:3 (2014), hal. 188.

<sup>5</sup> Nikmah, "Pergeseran Gaya Hidup", hlm. 636.

berdiskusi dan tempat kerja (*ngantor*).<sup>6</sup> Kedua, kedai kopi memberikan pengaruh terhadap pergeseran gaya hidup akan budaya nongkrong bagi masyarakat.<sup>7</sup> Ketiga, kedai kopi memberikan wadah bagaimana para pengunjung bisa memanfaatkan kedai kopi sebagai tempat bersosialisasi dan berinteraksi.<sup>8</sup> Keempat, aktivitas nongkrong di kedai kopi dapat dimanfaatkan sebagai pemenuhan dalam berbagai hal, hingga hal yang penting bagi diri sendiri diantaranya adalah mencari inspirasi dan *self-healing* dan *social-healing*.<sup>9</sup> Kelima, melalui dimensi A I O (*activity, Interest, opinion*) warung kopi mampu menjadi wadah bagi pelanggannya untuk melakukan beragam aktivitas keseharian.<sup>10</sup> Keenam, kedai kopi menjadi tempat untuk melakukan aktivitas keseharian, mulai dari konsumsi, sosial, kerja, bisnis, belajar dan hiburan. Terakhir aktivitas nongkrong dimaksudkan untuk menikmati suasanaa, membaca buku dan mengerjakan tugas.

Berdasarkan pada uraian di atas, seiring dengan berkembangnya kondisi masyarakat, budaya nongkrong mulai mengalami perubahan makna, meskipun secara sederhana tetaplah diartikan sebagai kegiatan untuk mengisi waktu luang, namun jika melihat kondisi yang terjadi pada saat ini budaya nongkrong ada juga yang memberikan makna lain, tidak sesederhana dengan apa yang terlihat. Pemaknaan terkait budaya nongkrong ini berkaitan dengan pengalaman seseorang dalam memaknai suatu realitas, dimana pengalaman dari masing-masing orang akan berbeda satu sama lain tergantung pada tujuan dan kebutuhan.

---

<sup>6</sup> Irwan Said, “Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern”, *Al-Khitabah*, vol. 3:3 (2017), hal. 39.

<sup>7</sup> Nikmah, ‘Pergeseran Gaya Hidup’, hlm. 641.

<sup>8</sup> Zhafira Rahmayani, “Budaya Nongkrong dan Representasi Ruang Atas Kedai Kopi Serta Ruang Represensional Bagi Para Pelanggan Kedai Kopi (Studi Kasus : 3 Kedai Kopi di Tangerang Selatan),” *Fisip UIN Jakarta*, vol. 25:5 (2016), hal. 15.

<sup>9</sup> Marbawani dan Hendrasto, “Pemaknaan Nongkrong”, hlm. 15.

<sup>10</sup> Ompusunggu dan Djawir, “Fenomena Perilaku Konsumen”, hlm. 195.

Di Yogyakarta sendiri, dikalangan masyarakat urban, salah satu gaya hidup yang sedang berkembang adalah budaya nongkrong, perubahan gaya hidup masyarakat ini tampak terlihat dari aktivitasnya ketika berkunjung di kedai Joglo Kopi Songgo Langit, dimana dalam penelitian ini akan mengkaji perubahan gaya hidup masyarakat dalam hal aktivitas yang membersamainya ketika nongkrong di keda Joglo Kopi Songgo Langit. Dimana idealnya adalah ketika seseorang nongkrong di kedai kopii untuk menikmati secangkir kopi sambil bersantai, namun disini perubahan gaya hidup ini terbentuk dalam segi aktivitasnya, jika melihat kebelakang pada umumnya kedai kopi hanyalah tempat untuk bersantai sembari menghabiskan waktu luang, akan tetapi tidak pada saat ini, ada perubahan yang terjadi terutama pada aktivitas yang membersamainya ketika nongkrong disana, yang mana hal demikian ini memberikan dampak pada aspek kehidupan seseorang baik dalam segi ekonomi, pengetahuan dan sosial.

Oleh karena itu, perubahan gaya hidup yang dilakukan oleh masyarakat ini merubah kedai kopi tidak hanya sebagai tempat untuk mengisi waktu luang dan nongkrong, kedai kopi telah menjadi tempat produktif seperti membaca, diskusi, menyelesaikan pekerjaan, membahas bisnis dan mengekspresikan diri. Hal ini kemudian mengidentifikasi adanya pergeseran makna kegiatan nongkrong yang dilakukan masyarakat dan mahasiswa di kedai kopi, yang diartikan sebagai tempat nyaman untuk melakukan aktivitas dan sebagai gaya hidup masyarakat dari budaya nongkrong menjadi produktivitas kerja. Maka dari itu, kedai Joglo Kopi Songgo Langit tidak hanya memiliki nilai konsumtif saja, akan tetapi nilai kebermanfaatan di dalamnya.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Muhamir Al Fairusy, "Public Sphere Dalam Secangkir Kopi (Meneropong Ruang Publik dan Produksi Wacana Di Warung Kopi Aceh)," *Behavior Therapy*, vol. 16:3 (2011), hal. 9.

Salah satu kedai kopi yang memiliki kenyamanan untuk melakukan aktivitas adalah Joglo Kopi Songgo Langit. Kedai yang bertempat di Jl. Sorowajan, Bantul, Yogyakarta. Sebuah kedai kopi yang berbentuk rumah Joglo khas Jawa Tengah sehingga menampilkan klasik efek dari bangunan yang tersusun dari kayu-kayu. Kondisi ini menawarkan tempat yang nyaman dan dilengkapi dengan fasilitas *wifi* akses internet gratis untuk melakukan aktivitas *ngopi* maupun hal-hal yang produktif lainnya. Hal tersbut membuat masyarakat betah berlama-lama di kedai Joglo Kopi Songgo Langit dan menjadi sasaran tempat untuk melakukan aktivitas produktif mereka.<sup>12</sup>

Dengan memperhatikan latar belakang di atas dan fenomena-fenomena yang telah dijelaskan, maka penelitian yang berjudul “*Perubahan Gaya Hidup Masyarakat: Budaya Nongkrong, Produktivitas Kerja Dan Ekspresi Diri Di Kedai Joglo Kopi Songgo Langit Sorowajan*” menjadi menarik untuk dikaji secara mendalam dengan menggunakan pendekatan perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadikan kedai Joglo Kopi Songgo Langit sebagai tempat untuk nongkrong, aktivitas produktif dan ekspresi diri masyarakat dan mahasiswa.

## B. Rumusan Masalah

1. Mengapa perubahan gaya hidup masyarakat menjadikan kedai kopi sebagai tempat nongkrong ?
2. Apakah perubahan gaya hidup masyarakat dalam budaya nongkrong dapat meningkatkan produktivitas kerja ?
3. Apakah perubahan gaya hidup dalam aktivitas budaya nongkrong merupakan bentuk dari ekspresi diri masyarakat ?

---

<sup>12</sup>Elisa Maulida dan Ana Irhandayaningsih, “Persepsi Pengunjung Terhadap Kelana Kopi Sebagai Kedai Kopi Literasi di Kota Tegal”, *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, vol. 9:2 (2020), hal. 53.

## **C. Tujuan penelitian**

1. Mengeksplorasi perubahan gaya hidup masyarakat sehingga memilih kedai kopi sebagai tempat nongkrong.
2. Menjelaskan hakikat budaya nongkrong berdasarkan perspektif masyarakat sehingga dapat meningkatkan produktivitas kerja.
3. Menganalisis budaya nongkrong sebagai bentuk ekspresi diri.

## **D. Kegunaan**

1. Secara teoritis, penelitian hendak membroke down perubahan gaya hidup masyarakat di tengah popularitas kedai kopi sebagai ruang ekspresi diri, sehingga meningkatkan produktivitas kerja.
2. Secara implikatif, penulisan ini menjadi output yang dapat memberikan masukan penelitian bagi para scholar dalam mengkaji isu perubahan sosial.

## **E. Telaah Pustaka**

Studi terdahulu ini akan dipaparkan penelitian yang terkait dengan perubahan gaya masyarakat, budaya nongkrong, produktivitas kerja dan ekspresi diri. Pemaparan ini dimaksudkan sebagai pendukung dan juga untuk memberikan perbandingan dengan penelitian sebelumnya.

Penelitian dari Irwanti Said pada tahun 2017 dengan judul “*Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern*” penelitian ini menggunakan metode kualitatif interpretatif, adapun kegunaan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pola interaksi sosial kedai kopi yang dapat merefleksikan sebuah gaya hidup, sedangkan tujuannya adalah untuk mengetahui dan memahami fenomena kedai kopi dan gaya hidup masyarakat modern. Hasil dari penelitian ini adalah mengetahui tentang interaksi

sosial yang terjadi di masyarakat sehingga menghasilkan persepsi yang berbeda terkait warung kopi di era modern. Bahwa warung kopi di era modern dijadikan simbol gaya hidup, tempat berkumpul, berdiskusi dan tempat kerja (*ngantor*).<sup>13</sup>

Penelitian dari Marthin Panggi Hutan dan Achmad Helmy Djawir pada tahun 2014 yang berjudul “*Gaya Hidup dan Fenomena Perilaku Konsumen pada Warung Kopi di Malang*” yang fokus pada *research focus* yaitu bagaimana perilaku *lifstyal* di warung kopi, sehingga membentuk perilaku konsumen dan karakteristik konsumen di warung kopi Malang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif fenomenologis. Peneliti mengungkapkan bahwa mengunjungi warung kopi sudah menjadi gaya hidup masyarakat di Malang, dimensi gaya hidup AIO (*Activity, Interest, Opinion*). Gaya hidup dapat dikenali bagaimana seseorang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting bagi seseorang (minat) dan apa yang dipikirkan seseorang tentang diri sendiri dan dunia sekitar (opini). Pengaruh gaya hidup juga menjadikan warung kopi menjadi tempat untuk bekerja, karena warung kopi memberikan dampak yang maksimal terhadap pekerjaan konsumen serta berdampak pada kepuasan emosional para konsumen warung kopi di Malang.<sup>14</sup>

Penelitian dari Teguh Setiandika Igiasi pada tahun 2017 yang berjudul “*Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik: Studi Tentang Gaya Hidup Masyarakat Kota Tanjung Pinang*” bertujuan untuk menggambarkan peran kedai kopi sebagai ruang publik bagi masyarakat Tanjung Pinang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini mengungkapkan bahwa kedai kopi sebagai ruang publik, hal ini dapat dilihat dari berbagai aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat Tanjung Pinang di kedai kopi sebagai ruang publik. Misalnya kebebasan

---

<sup>13</sup> Said, “Gaya Hidup Modern”, hlm. 42.

<sup>14</sup> Ompusunggu dan Djawir, “Perilaku Konsumen”, hal. 192.

berekspresi menimbulkan kenyamanan tersendiri bagi masyarakat berada di kedai kopi, sehingga aktivitas di kedai kopi (*ngopi*) menjadi gaya hidup masyarakat Tanjung Pinang. Mulai dari aktivitas konsumsi, aktivitas belajar, aktivitas sosial, aktivitas kerja dan bisnis semua dapat dilakukan di kedai kopi oleh masyarakat kota Tanjung Pinang.<sup>15</sup>

Penelitian dari Rivandi Dwi Widjayanto dan Catur Nogroho, pada tahun 2020 yang berjudul “*Budaya Nongkrong Di Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Pelanggan Kozi Coffee 0.2 Bandung)*” penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian ini mengungkapkan budaya nongkrong di kedai kopi disebabkan oleh *because of motive* (sebab motif), adanya motif-motif yang mempengaruhi pelanggan untuk datang kembali seperti pelanggan di Kozi Coffee 0.2. Selain itu minum kopi di kedai kopi sudah menjadi tradisi kuat dalam budaya masyarakat Indonesia yang sering kali dilakukan di rumah maupun di ruang publik seperti kedai kopi. Sebagai ruang publik nongkrong di kedai kopi Kozi 0.2 tidak membeda-bedakan anak muda, orang tua, dan latar belakang, setiap pelanggan yang datang ke kedai Kozi Coffee memiliki kebebasan dalam melakukan aktivitas dan mengekspresikan diri baik individu maupun kelompok.<sup>16</sup>

Penelitian dari Gelora Cita pada tahun 2015 yang berjudul “*Studi Tentang Fungsi Warung Kopi Bagi Masyarakat Di Kota Bagansiapiapi*” penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan teori Robert K Merton. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui siapa saja warga masyarakat yang menjadi pengunjung warung kopi dan mempelajari apa saja motivasi masyarakat duduk di warung kopi di kota Bagansiapiapi. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa motivasi

---

<sup>15</sup> Teguh, “Ruang Publik”, hal. 21-26.

<sup>16</sup> Rivandi Widjayanto, "Budaya Nongkrong di Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Pelanggan Kozi Coffee 2.0 Bandung)", *E-Proceeding of Management*, vol. 7:2 (2020), hlm. 7017–7027.

masyarakat mengunjungi warung kopi dipengaruhi oleh beberapa hal antara lain: pengaruh teman, pengaruh lingkungan dan harga yang terjangkau. Selain itu bagi warga masyarakat Bagansiapiapi warung kopi juga memiliki fungsi sebagai tempat untuk bersosialisasi, sebagai tempat sumber informasi, sumber penghasilan, sebagai tempat pertemuan dan bisnis.<sup>17</sup>

Tabel 1. Distingsi Penelitian

No.	Judul	Penulis	Tema Penting	Temuan Penting	Tahun
1	Budaya Nongkrong Di Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Pelanggan Kozi Coffee 0.2 Bandung)	Rivandi Dwi Widjayanto dan Catur Nugroho	Budaya populer, ruang publik, nongkrong dan gaya hidup.	Budaya nongkrong di kedai kop khususnya Kozi Coffe 0.2 disebabkan adanya motif, salah satunya adalah ruang publik, hal ini menyebabkan pengunjung bebas melakukan berbagai macam aktivitas dan mengekspresikan diri mereka.	2020
2.	Warung Kopi dan Gaya Hidup Modern	Irwanti Said	Interaksi sosial, warung kopi dan gaya hidup.	Bahwa warung kopi di era modern dijadikan simbol gaya hidup, tempat berkumpul, berdiskusi dan tempat kerja ( <i>ngantor</i> ).	2017
3.	Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik: Studi Tentang Gaya Hidup Masyarakat Kota Tanjung Pinang”	Teguh Setiandika Igiasi	Ruang publik, gaya hidup dan aktivitas masyarakat.	Keberagaman aktivitas masyarakat Tanjung Pinang yang dilakukan di kedai kop, mulai dari aktivitas serius hingga serius. Sehingga keberagaman aktivitas di kedai kop memberikan kepuasan dan menjadi gaya hidup masyarakat.	2017
4.	Studi Tentang Fungsi Warung Kopi Bagi Masyarakat Di Kota Bagansiapiapi	Gelora Cita	Fungsi Warung kopi.	Masyarakat mengunjungi kedai kop dipengaruhi oleh beberapa hal yakni: pengaruh teman, lingkungan dan harga terjangkau. Selain itu bagi masyarakat Bagansiapiapi kedai kop memiliki fungsi sebagai tempat bersosialisasi dan sumber informasi.	2015

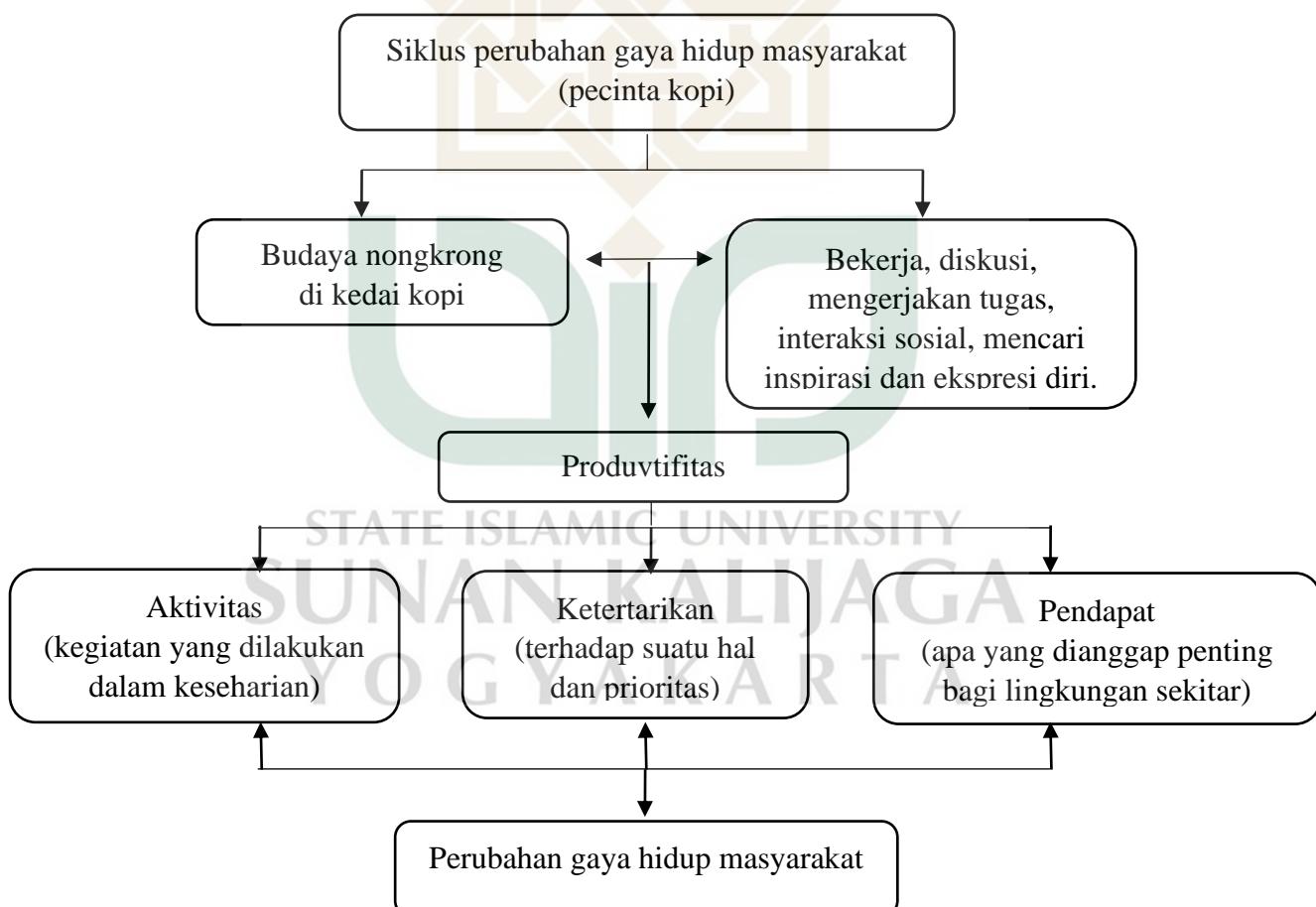
<sup>17</sup> Gelora Cita, “Studi Tentang Fungsi Warung Kopi Bagi Masyarakat di Kota Bagansiapiapi”, *Jom FISIP*, vol. 2:3 (2015), hlm. 10.

5.	Gaya Hidup dan Fenomena Perilaku Konsumen pada Warung Kopi di Malang	Marthin Pangihutan Ompusunggu dan Achmad Helmy Djawahir	Gaya hidup, perilaku konsumen di kedai kopi Malang	Kedai kopi mampu memberikan dimensi A I O ( <i>activity, Interest, opinion</i> ) yaitu untuk melakukan aktivitas, minat dan pendapat. Pengaruh gaya hidup menjadikan kedai kopi sebagai tempat kerja dan memperoleh kepuasan secara emosional.	2014
----	--	---	--	--	------

## F. Kerangka Teori

Sebelum itu, peneliti membuat mapping analisis sebagai berikut:

Tabel 2. Mapping Analisis



## 1. Gaya Hidup

Gaya hidup menurut David Chaney dalam bukunya yang berjudul “*Lifestyle sebuah pengantar komprehensif*”. Gaya hidup adalah suatu tindakan atau pola yang membedakan antara satu orang dengan orang lainnya, dengan bentuk khusus pengelompokan status modern juga membantu dalam mendefinisikan sikap, nilai dan menunjukkan kekayaan serta posisi sosial masyarakat modern. “kamu bergaya maka kamu ada” adalah ungkapan terkenal dari David Chaney yang menggambarkan kegandrungan dari masyarakat modern terhadap gaya hidup dalam aktitivitasnya sehari-hari.<sup>18</sup>

Menurut Nugroho (dalam Dawud Luthfianto).<sup>19</sup> gaya hidup secara luas sebagai cara hidup yang di identifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikann) dan apa yang mereka pikirkan penting bagi dirinya dan dunia sekitarnya (opini). Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat lainnya, bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu masyarakat atau individu akan berbeda sesuai dengan perkembangan zaman.

Perubahan merupakan hal yang paling mendasar dalam lingkungan sosial untuk meningkatkan kesadaran terhadap dirinya sendiri terkait hubungan-hubungan di lingkungannya. Gaya hidup merupakan cara-cara yang dilakukan oleh seseorang yang terpola dalam menginvestasikan aspek-aspek tertentu dalam kehidupan sehari-hari dengan nilai-nilai sosial, yang juga gaya hidup merupakan cara untuk mengekspresikan identitas diri masyarakat. Gaya hidup dan aspek

---

<sup>18</sup> David Chaney, *Lifestyles : Sebuah Pengantar Komprehensif*, ed. Idi Subandy Ibrahim and Nuraeni, Indonesia (Yogyakarta : Jalasutra, 2003), hlm. 40.

<sup>19</sup> Dawud Luthfianto dan Heru Suprih Hadi, “Pengaruh Kualitas Layanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, vol. 6:3 (2017), hlm. 4.

budaya merupakan kedua hal yang saling berkaitan, menjadi bagian dari suatu budaya mengharuskan seseorang untuk menerima kebiasaan-kebiasaan budaya di lingkungan tersebut. Sama halnya perilaku seseorang dalam membeli dan mengkonsumsi merupakan hasil dari produk budaya di lingkungan mereka.<sup>20</sup>

Gaya hidup hidup yang berkembang pada masyarakat merefleksikan nilai-nilai yang dianut masyarakat itu sendiri, serta direfleksikan oleh sekelompok orang atau masyarakat. Gaya hidup merupakan pola yang tercermin dalam kegiatan aktivitas, minat dan pendapat. Dimana gaya hidup menggambarkan interaksi seseorang secara utuh dengan lingkungannya. Secara sederhana gaya hidup (*lifestyle*) dapat diartikan bagaimana seseorang hidup (*how one life*), termasuk bagaimana seseorang mengalokasikan waktunya dalam mengisi aktivitas keseharian. Menurut Piliang (dalam K. Saputri)<sup>21</sup> gaya hidup memiliki sifat umum diantaranya adalah:

- a. Gaya hidup sebagai pola, dalam artian gaya hidup merupakan suatu yang tampil secara berulang-ulang.
- b. Gaya hidup memiliki masa atau pengikut hal ini dikarenakan gaya hidup tidaklah bersifat personal.
- c. Gaya hidup mempunyai daur hidup, yang berarti gaya hidup memiliki masa kelahiran, tumbuh, puncak surut dan mati.

Perubahan gaya hidup masyarakat dapat dilihat dari kesehariannya dalam mengalokasikan waktunya. Pada penelitian ini menyinggung bagaimana masyarakat mengalami perubahan gaya hidup, khususnya dalam melakukan aktivitasnya dalam keseharian. Perubahan gaya hidup masyarakat tampak terlihat

---

<sup>20</sup> Khojaria Kasih Saputri, Kontruksi Sosial Terhadap Perubahan Gaya Hidup (Studi Kualitatif Tentang Mahasiswa Rantau Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga), Skripsi (Surabaya: Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Airlangga, 2021), hlm. 10.

<sup>21</sup> Ibid., hlm.11.

jelas di tengah berkembangnya arus modernisasi dan teknologi yang tidak dapat di bendung lagi, yang mempengaruhi hampir disemua kalangan masyarakat. Berawal dari hal tersebut, perubahan gaya hidup masyarakat terbentuk dimana ketika berkunjung ke kedai kopi idealnya adalah untuk menikmati kopi dan cemilan, namun jika melihat apa yang terjadi di kedai Joglo Kopi Songgo Langit ketika masyarakat nongkrong ada suatu aktivitas lain yang membersamainya baik itu yang bersifat positif maupun negatif.

Seperti halnya budaya nongkrong yang masyarakat lakukan di kedai kedai Joglo Kopi Songgo Langit sering kali dijadikan tempat nongkrong oleh masyarakat. Pelanggan atau konsumen Joglo Kopi Songgo Langit seringkali melakukan berbagai aktivitas untuk mengekspresikan gaya hidup mereka. Dalam menggambarkan gaya hidup konsumen atau pelanggan, dapat dilihat bagaimana mereka menjalani hidup dan mengekspresikan nilai-nilai yang dianutnya guna memenuhi kebutuhannya di kedai kopi salah satunya.

Dalam setiap aktivitas pelanggan yang ada di Joglo Kopi Songgo Langit memiliki beragam parameter yang dapat dijadikan sebagai sumber data yang dapat dianalisis dalam penelitian ini. Hal ini kemudian dapat dikaji dengan Psikografik seperti yang disampaikan menurut Sumarwan (dalam W. Hidayat)<sup>22</sup> Psikografik adalah suatu instrumen untuk mengukur gaya hidup, yang memberikan pengukuran dan bisa digunakan untuk menganalisis data yang cukup besar, analisis tersebut biasanya dipakai untuk melihat segmen pasar dan juga dapat dimaknai sebagai riset konsumen/pelanggan yang menggambarkan segmen pelanggan dalam kehidupan mereka, pekerjaan dan aktivitas lainnya. Maka dilihat

---

<sup>22</sup> Wahyu Hidayat, Gaya Hidup Masyarakat Perkotaan (Studi Kasus Terhadap Pelanggan Warung Kopi Di Kota Makasar), Tesis (Makasar: Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Hasanudin, 2021), hlm. 12.

dari segmentasi Psikografik yang mengacu pada gaya hidup masyarakat khususnya pada pelanggan kedai Joglo Kopi Songgo Langit yang rata-rata dari pengunjung kedai ini adalah masyarakat hingga mahasiswa yang pada dasarnya akan melakukan aktivitas produktif mulai dari bekerja, diskusi dan juga berinteraksi dengan jaringan sosial yang dimilikinya. Dimana hal ini kemudian berkembang menjadi sebuah kebiasaan yang mengarah pada gaya hidup dalam melakukan aktivitas hariannya.

Perubahan gaya hidup masyarakat jika mengacu pada pelanggan kedai Joglo Kopi Songgo Langit dapat diklasifikasikan berdasarkan AIO yaitu *Activity* (aktivitas), *Interest* (minat) dan *Opinion* (pendapat). Komponen AIO menurut Sutisna (dalam Dawud Luthfianto dan Heru Suprih Hadi)<sup>23</sup> gaya hidup akan berkembang pada masing-masing dimensi *Activity* (aktivitas), *Interest* (minat) dan *Opinion* (pendapat). AIO didefinisikan sebagai berikut:

- a. *Activity* adalah tindakan nyata. Aktivitas ini dapat berupa hobi, kerja, aktivitas sosial, liburan, jelajah internet, berbelanja dan olahraga. Aktivitas (kegiatan) konsumen merupakan merupakan karakteristik konsumen dalam kehidupan sehari-harinya, dan kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang.
- b. *Interest* adalah tindakan gairah yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus. Minat dan karakteristik manusia berbeda-beda. Adakalanya manusia tertarik pada makanan, adakalanya manusia tertarik pada mode pakaian dan sebagainya. Minat merupakan apa yang seseorang dianggap menarik serta merupakan faktor pribadi dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan. Minat terdiri dari keluarga, rumah, pekerjaan, komunitas, rekreasi, pakaian, makanan media dan prestasi.

---

<sup>23</sup> Luthfianto dan Hadi, "Pengaruh Kualitas Layanan", hlm. 5.

c. *Opinion* adalah jawaban lisan atau tertulis yang orang berikan sebagai respon terhadap situasi. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa mendatang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa AIO (*Activity, Interest, Opinion*) merupakan salah satu alat ukur gaya hidup. Seperti yang telah diidentifikasi oleh Plummer dalam jurnalnya yang berjudul *The Concept Of Life Style Segmentation* (dalam Marthin Pangihutan Ompusunggu dan Achmad Helmy Djawahir)<sup>24</sup> bahwa gaya hidup berkembang pada masing-masing dimensi (*Activity, Interest, Opinion*). *Activity*, berkaitan dengan kegiatan yang dilakukan terkait bagaimana mereka menghabiskan waktunya, bagaimana seseorang menjalani aktivitas sehari-harinya. *Interest*, bagaimana ketertarikannya terhadap suatu hal dan prioritas mereka. *Opinion*, apa yang dianggap penting bagi lingkungan sekitarnya dan bagaimana seseorang melihat sesuatu yang didasarkan atas sudut pandang dirinya sendiri.

## 2. Budaya Nongkrong

Budaya dan pola hidup masyarakat terus mengalami perubahan, begitu juga dengan aktivitas nongkrong. Menurut Mira (dalam Rivandi Dwi Widjayanto dan Catur Nugroho)<sup>25</sup> nongkrong mempunyai arti yaitu *kongkow-kongkow* bersama teman dan kerabat yang akan melibatkan perbincangan santai sampai serius, dan biasanya mengunjungi *coffe shop*. Kegiatan dan aktivitas yang

---

<sup>24</sup> Ibid., hal. 192.

<sup>25</sup> Widjayanto dan Nugroho, "Budaya Nongkrong", hal. 7021.

dilakukan selalu bersifat aktif atau pasif dan kemudian berkembang seperti melihat, mendengarkan, membaca, diskusi dan aktivitas produktif lainnya.

Kegiatan nongkrong sendiri sudah melekat dengan budaya Indonesia.

Pada mulanya kegiatan nongkrong di maksudkan untuk mengisi waktu luang yang dilakukan pada tradisi masyarakat Indonesia dan biasanya didampingi dengan kopi atau teh yang dilakukan bersama keluarga atau tetangga sekitar rumah. Hal ini berbeda dengan fenomena yang terjadi saat ini, dimana aktivitas *nongkrong* sering kali dilakukan di kedai kopi sembari menikmati fasilitas yang telah disediakan seperti akses internet gratis (*wifi*). Meskipun hadirnya budaya nongkrong ini di pandang sebelah mata karena dianggap sebagai aktivitas yang tidak berguna dan dipandang sebagai pemalas.

Di sisi lain, adanya aktivitas nongkrong yang dianggap sebagai aktivitas yang tidak cukup bermanfaat dan dipandang sebagai seorang pemalas. Akan tetapi, budaya nongkrong tetap eksis menjadi bentuk ekspresi keberagaman masyarakat di tengah mengisi waktu luang dan membawa dampak positif yaitu untuk mengurangi tingkat stres dan juga budaya nongkrong berperan penting dalam meningkatkan dalam berpikir dan berkarya, kreativitas ini kemudian dituangkan dalam aktivitas yang produktif terkait dengan latar belakang dan tujuan nya ketika nongkrong.<sup>26</sup>

Lebih lanjut lagi, budaya nongkrong dapat dipahami tersendiri bagi setiap pelakunya. Ada yang menganggap nongkrong sebagai sarana menghibur diri dan berekspresi, adapun aktivitas nongkrong sebagai salah satu ungkapan untuk melakukan berbagai macam aktivitas produktif seperti diskusi, belajar,

---

<sup>26</sup> Ahmad Fauzi, Nengah Punia, dan Gede Kamajaya, “Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Denpasar)”, *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)*, vol. 13:4 (2017), hlm. 1–13.

bisnis atau bekerja dengan memanfaatkan fasilitas *free wifi* yang disediakan. Akan tetapi, budaya nongkrong adalah aktivitas yang dinamis dan memiliki pesan atau makna tersendiri bagi para pelakunya.

Seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat, budaya nongkrong ini sering kali dilakukan di kedai kopi. Ada banyak alasan atau motif yang menjadikan kedai kopi sebagai tempat nongkrong bagi masyarakat. Dalam hal ini, salah satu motif merujuk pada alasan masyarakat untuk melakukan suatu kegiatan. Schutz (dalam Rivandi Dwi Widjayanto dan Catur Nugroho) membedakan dua tipe motif yaitu:<sup>27</sup>

*a. In-Order-Motive*

Merupakan tindakan yang akan dilihat dari masa yang akan terjadi atau suatu tujuan yang akan dicapai. Ada kaitannya seseorang untuk melakukan suatu tindakan dengan usahanya untuk menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan dimasa yang akan datang. Tindakan yang dilakukan merupakan tindakan yang subjektif setiap individu yang memiliki tujuan dan keberadaanya tidak terlepas dari intersubjektivitas. Secara sederhana merupakan motif yang dijadikan dasar oleh seorang untuk melakukan sesuatu dengan tujuan untuk mendapatkan pencapaian hasil dan tujuan.

*b. Because Motive*

Merupakan tindakan seseorang yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan tertentu yang dimana tindakan tersebut tidak timbul begitu saja, melainkan melalui proses yang cukup lama dan mempertimbangkan kondisi sosial, ekonomi, budaya dan norma atas dasar kemampuan sebelum tindakan tersebut dijalankan. Secara sederhana motif dengan melihat

---

<sup>27</sup> Widjayanto dan Nugroho, "Budaya Nongkrong", hlm. 7022.

kebelakang, dimana tindakan yang dilakukan memberikan hasil serta kontribusi dalam kehidupannya.

Sementara itu, budaya nongkrong tidak terlepas dari apa yang namanya negatif *labeling*<sup>28</sup>, sering kali pemberian label ini berkonotasi negatif dengan memberikan predikat buruk pada aktivitas yang dilakukan oleh orang lain, sehingga seseorang yang mendapatkan label ini mempunyai citra buruk di hadapan publik maupun masyarakat. Dimana nongkrong sebelumnya hanya dimaknai sebagai sarana berkumpul bersama teman tanpa arah dan tujuan yang jelas, hanya sekedar aktivitas mengisi waktu luang yang erat kaitannya dengan stigma negatif. Serta tendensi budaya nongkrong sendiri secara sederhana terlihat sebagai budaya pemalas dan tidak berguna.

Adapun dampak negatif budaya nongkrong yang dilakukan oleh masyarakat dalam penelitian ini yang dapat peneliti rangkum berdasarkan pada hasil observasi mulai dari membuang-buang waktu dan uang, tanpa maksud dan tujuan yang jelas, hingga pada aktivitas yang sia-sia tidak memberikan dampak pada kehidupan kesehariannya. Di satu sisi, budaya nongkrong menjadi salah satu aktivitas yang cukup dinamis dan memiliki makna serta tujuan tersendiri bagi setiap pelakunya.

### 3. Kedai Kopi

Menurut KBBI kedai kopi adalah kedai tempat menyediakan minuman misalnya (kopi dan teh) dan makanan kecil (gorengan, kue dan lain sebagainya). Secara terminologis, kata cafe berasal dari bahasa Perancis *Coffee*, yang berarti kopi, sedangkan di Indonesia sendiri kata *Café* mendapat penyebutan lain yang

---

<sup>28</sup> Vanya Karunia Mulia Putri, “Teori Labeling: Pengertian, Dampak, Dan Contohnya,” *Kompas.Com*, 2021, <https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/20/teori-labeling--pengertian-dampak-dan-contohnya>, diakses pada 17 Juni 2023.

lebih sederhana yaitu café atau kedai kopi. Secara harfiah mengacu pada minuman berjenis kopi, yang akhirnya di Indonesia café memiliki sebuah arti sebagai tempat yang menyediakan macam-macam minuman seperti kopi dan teh, serta dilengkapi makanan ringan sebagai pendamping.<sup>29</sup> Menurut Erik “warung kopi juga dimaknai sebagai warung yang sering dikunjungi oleh masyarakat dari berbagai latar belakang sosial budaya untuk berkumpul, diskusi, dialog antar warga opini masyarakat dari berbagai macam latar belakang serta minum bersama untuk mendapatkan informasi yang bermanfaat”.<sup>30</sup>

Indonesia sendiri memiliki akar sejarah kopi sejak lama, hal ini dapat dilihat dari banyaknya perkebunan kopi di Indonesia, sehingga menempatkan Indonesia sebagai komoditas kopi terbesar nomor tiga di dunia setelah Brazil dan Kolombia. Alhasil, membuat banyaknya kedai kopi tersebar di berbagai tempat di Indonesia, yang bermunculan di gang-gang kecil, di tempat strategis, bahkan hingga tempat yang tersembunyi di pinggiran kota serta memiliki ciri khusus dilihat dari segi bangunan dan tempat duduk. Kedai kopi tidaklah harus luas namun kedai kopi menjadi sarana bertemuanya seseorang yang awalnya tidak saling mengenal menjadi mengenal dan berhubungan akrab sehingga menjadi tempat untuk saling berbagi informasi. Oleh karena itu kedai kopi mulai beroperasi ketika semua orang memulai aktivitasnya, di sepanjang jalan sorowajan sendiri ada kedai kopi ada yang buka 24 jam atau sampai jam satu malam hal ini guna untuk memfasilitasi masyarakat yang nongkrong hingga bekerja di malam hari.

---

<sup>29</sup> Yuliati Rina, “Budaya Nongkrong Sebagai Gaya Hidup Para Perempuan Penikmat Kopi di Sidoarjo (Studi Kasus Pada Coffee Shop Sehari Sekopi di Kawasan Sekitar Transmart Sidoarjo), Skripsi (Surabaya: Jurusan Ilmu Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, UIN Sunan Ampel, 2021), hlm. 39.

<sup>30</sup> Erik, Maraknya Warung Kopi Berfasilitas Wifi di Jombang, Artikel. Diakses tanggal 16 Juni 2023.

Pada saat ini, di tengah perkembangan arus teknologi dan juga perubahan sosial yang terus berkembang, kedai kopi menjadi tempat yang menarik untuk dikunjungi terutama bagi masyarakat penyuka budaya nongkrong ini, mereka membutuhkan sarana dan prasarana berupa tempat kenyamanan dan fasilitas yang ditawarkan tidak lupa juga produk yang bisa dinikmati baik itu minuman hingga makanan. Kedai Joglo Kopi Songgo Langit dibuat dengan kenyamanan dan didesain dengan konsep menarik dan *homey*<sup>31</sup>. Faktor-faktor yang menjadi motif pada budaya nongkrong di kedai Joglo Kopi Songgo Langit berdasarkan pada hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti sehingga dapat menyimpulkan tiga motif utama yaitu kenyamanan, fasilitas dan jaringan sosial. Selain itu juga adanya kecenderungan masyarakat sekarang ini mencari suasana baru di tengah hiruk pikuk kehidupan masyarakat urban Yogyakarta, mencari tempat dimana bisa menghilangkan beban fisik dan non-fisik dari pekerjaan dan tugas-tugas akademik bagi para mahasiswa hingga dosen, yang mana kedai Joglo Kopi Songgo Langit dengan suasana santai sembari menikmati secangkir kopi mampu konsentrasi sehingga lebih produktif dalam bekerja.

Berangkat dari hal yang telah dijelaskan di atas, membuat pengunjung tidak hanya menikmati secangkir kopi tetapi juga melebur dalam suasana yang santai untuk melakukan berbagai macam aktivitas berdasarkan tanggung jawab dan kepentingan yang diimbangi oleh setiap individu masyarakat.<sup>32</sup> Keinginan hingga pada sebuah kebutuhan masyarakat untuk mengunjungi kedai kopi tidak

---

<sup>31</sup>Fanny Okvianita, “Desain Interior Solo Book Center dengan Konsep Homey,” <Https://Digilib.Uns.Ac.Id/Dokumen/Detail/57065/Desain-Interior-Solo-Book-Center-Dengan-Konsep-Homey>, vol. 1, no. 3 (2016), hal. 5.

<sup>32</sup>Yuliandri Treisna Mustika, “Evolusi Kedai Kopi,” 2015, <https://ottencoffee.co.id/majalah/evolusi-kedai-kopi>, diakses pada tanggal 28 Januari 2022.

hanya mutlak untuk menikmati secangkir kopi sambil mengisi waktu luang, tapi lebih kepada keinginan untuk berinteraksi dengan kehidupan sosial, dengan sesama pengunjung atau, melakukan diskusi, mengurus bisnis maupun belajar hal-hal baru yang dirasa dapat memberikan manfaat positif dalam menghadapai permasalahan sosial saat ini.

## G. Metode Penelitian

Dalam melakukan metode penelitian, tentunya ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, langkah-langkah yang harus dicapai yaitu sebagai berikut:

### 1. Pendekatan

Pendekatan penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif, Bogdan dan Taylor, mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data dan deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang yang diamati. Pendekatan penelitian ini dipilih untuk menjelaskan gaya hidup masyarakat dari budaya nongkrong menjadi produktivitas kerja di kedai *Joglo Kopi Songgo Langit*, peneliti melakukan kunjungan yang intens untuk melihat dan memastikan produktivitas pengunjung yang datang kesana. Adapun interaksi yang dilakukan berupa berbincang dengan pelanggan dan mengobservasi suasana yang ada disana. Dengan demikian, pendekatan kualitatif ini dirasa tepat untuk menangkap gaya hidup masyarakat dari budaya nongkrong menjadi produktivitas kerja di kedai *Joglo Kopi Songgo Langit*.

Peneliti mengambil lokasi penelitian di kedai *Joglo Kopi Songgo Langit* di Jalan Sorowajan Baru No. 19 Rt 15 Rw 16, Desa Sorowajan, Kec. Banguntapan, Kab. Bantul, Yogyakarta. Informan dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa mereka bisa memberikan informasi yang berkaitan

dengan tujuan penelitian. Masyarakat dan mahasiswa dipilih sebagai perwakilan untuk memberikan informasi yang lengkap kerena mereka adalah objek dari interaksi sosial yang terjadi.

## 2. Data dan Tehnik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang berkualitas baik, optimal dan relevan perlu memperhatikan sumber data yang diperoleh dan metode pengumpulan data yang tepat. Untuk pengumpulan data dilakukan pada bulan Maret 2022 dan membutuhkan waktu 2 minggu. Sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### a. Wawancara Mendalam

Wawancara merupakan metode penggalian data dalam penelitian sosial yang bersifat kualitatif. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, dengan cara langsung dan tatap muka dengan maksud tertentu, percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.<sup>33</sup>

Proses wawancara dilakukan dengan tahap tatap muka (*face to face interview*) dengan informan. Kemudian wawancara dapat dilakukan dengan cara tidak terstruktur *unstructured interview* yaitu peneliti dan informan saling berinteraksi dengan cair. Selain itu peneliti juga menggunakan pedoman wawancara yang berisikan pertanyaan-pertanyaan yang dapat dijawab oleh informan dengan begitu informan akan menjelaskan

---

<sup>33</sup> Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, ed. revisi, cet.38 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), hlm. 10.

pertanyaan dengan lebih rinci serta mendalam sesuai dengan fokus permasalahan.

Dalam proses wawancara ini akan menghasilkan data berupa rekaman suara yang akan disalin dalam bentuk transkrip percakapan antara peneliti dan informan. Sebelum itu peneliti peneliti meminta izin dari narasumber dan juga memberikan jaminan kepada narasumber bahwa rekaman tersebut hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Kerahasiaan rekaman tersebut dan juga nama narasumber harus benar-benar dijamin. Dengan merekam data akan bertahan lama jika suatu saat dibutuhkan terkait keasliannya. Begitu juga dengan nama narasumber akan disebutkan secara lengkap guna menambah keaslian hasil rekaman serta mengurangi kesalah pahaman.

Dalam penelitian ini pemilihan informan dilakukan secara *purposive sampling*. Yaitu dengan mewawancarai informan yang dirasa dapat memberikan informasi mendalam terkait *Perubahan Gaya Hidup Masyarakat: Budaya Nongkrong, Produktivitas Kerja dan Ekspresi Diri Di kedai Joglo Kopi Songgo Langit Sorowajan*. maka, informan dalam penelitian ini berjumlah 6 orang yang terbagi menjadi 1 informan pengelola kedai kopi, dan 5 informan merupakan pelanggan kedai Joglo Kopi Songgo Langit.

#### b. Observasi

Observasi dipilih untuk mendapatkan gambaran yang lebih diteliti mengenai objek yang akan diteliti. Dalam observasi peneliti akan mengadakan pengamatan tentang gaya hidup masyarakat yang terjadi pada pelanggan di kedai Joglo Kopi Songgo Langit. Dengan begitu akan

didapatkan permasalahan yang akan ditanyakan kepada informan. Untuk memperoleh data yang akurat yaitu dengan cara mengadakan pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena yang terjadi di lokasi penelitian. Bagaimana kondisi kedai kopi dan pengunjungnya, apa saja aktivitas dan kebiasaan saat sedang berada di kedai kopi.

### c. Literatur Kepustakaan

Literatur kepustakaan ini bertujuan untuk mendapatkan sumber-sumber sekunder berbentuk tulisan. Pada penelitian ini, penulis mengumpulkan berbagai macam buku-buku bacaan baik itu dokumen dari penelitian terdahulu, skripsi, tesis, artikel dan *policy brief* yang memiliki kecenderungan atau kesesuaian dengan topik penelitian. Literatur kepustakaan ini diperoleh dari berbagai sumber diantaranya google scholar, internet dan perpustakaan UIN Sunan Kalijaga.

## 3. Tehnik Validitas Data

Setelah data berhasil diperoleh, dikumpulkan dan dicatat, dari informan atau sumber lain mengenai perubahan gaya hidup masyarakat budaya nongkrong, produktivitas kerja dan ekspresi diri. Maka harus dimantapkan kebenaran datanya, sebagai pengecekan keabsahan data maka peneliti melakukan validitas data dengan *tehnik triangulasi*.

Terdapat empat macam teknik triangulasi, yaitu: 1) triangulasi sumber, 2) triangulasi peneliti, 3) triangulasi metodologis, 4) triangulasi teoritis. Maka dari keempat metode triangulasi, peneliti memilih triangulasi sumber. Peneliti melakukan validasi dengan cara membandingkan apa yang dikatakan orang secara pribadi dengan data yang dikatakan orang secara umum mengenai kegiatan nongkrong yang dilakukannya serta membandingkan hasil

wawancara informan dengan kenyataan ketika dia melakukan kegiatan nongkrong di kedai *Joglo Kopi Songgo langit*.<sup>34</sup>

#### 4. Teknik Analisis Data

Untuk analisis data penulis menggunakan proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan *Phenomenological Analysis* dari Creswell. Menurut Creswell ada empat langkah dalam proses analisis data dalam pendekatan fenomenologi yang dikenal sebagai *the data analysis spiral* yaitu:<sup>35</sup>

- a. Data Managing (mengelola data)
- b. Reading dan Memoing
- c. Describing, Classifying dan Interpreting
- d. Representing dan Visualizing

peneliti menganalisis data mengikuti empat tahap analisis dari Creswell setelah pengumpulan data sebagai berikut :

##### a. *Data managing*

*Data managing* adalah proses membuat dan mengorganisir data yang sudah terkumpul, lalu mengelompokan sesuai dengan tema pertanyaan wawancara. Peneliti mengelompokkan hasil wawancara ke dalam 3 kelompok, sesuai dengan pertanyaan penelitian, yaitu kelompok untuk pernyataan mengenai perubahan gaya hidup di kedai kopi sebagai tempat nongkrong, kelompok pernyataan mengenai budaya nongkrong dan produktivitas dan yang terakhir pernyataan mengenai budaya nongkrong sebagai ekspresi diri

---

<sup>34</sup> LIPI, “Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif - Pusat Data Dan Dokumentasi Ilmiah - Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia,” *Pusat Data Dan Dokumen Ilmiah - Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia*, 2013, <https://pddi.lipi.go.id/triangulasi-pada-penelitian-kualitatif/>, diakses pada tanggal 01 Maret 2022.

<sup>35</sup> John W. Creswell, *Qualitative Inquire And Research Design: Chosing Among Five Approaches*, ed. 3 (California: SAGE Publications, Inc., 2007), hlm. 183.

masyarakat. Pengelompokan data ini dituangkan dalam bentuk tabel hasil transkrip wawancara.

**b. *Reading dan Memoing***

*Reading* dan *Memoing* adalah proses membaca data yang sudah dikelompokkan sesuai dengan tema pertanyaan, lalu memberi catatan khusus untuk pernyataan setiap narasumber dan membuat kode. Data dari hasil analisis perubahan gaya hidup masyarakat kemudian diberi catatan khusus sehingga menghasilkan data yang lebih mengerucut menjadi proses perubahan gaya hidup menjadikan kedai kopi sebagai tempat untuk melakukan berbagai aktivitas masyarakat seperti nongkrong untuk meningkatkan produktivitas kerja dan ekspresi diri masyarakat.

**c. *Describing, Classifying dan Interpreting***

Dalam *describing*, proses dimulai dengan menggambarkan pengalaman personal dan menggambarkan esensi dari fenomena tersebut, dengan cara menampilkan gambaran atau hasil wawancara sesuai dengan hasil analisis perubahan gaya hidup masyarakat. Setelah itu, mengembangkan pernyataan dari hasil analisis perubahan gaya hidup masyarakat yang signifikan, lalu mengelompokkan pernyataan-pernyataan tersebut (*classifying*) ke dalam unit-unit makna yang terbagi ke dalam kedai *Joglo Kopi Songgo Langit* sebagai tempat nongkrong, budaya nongkrong meningkatkan produktivitas kerja dan budaya nogkrong sebagai ekspresi diri masyarakat. Dalam proses *Interpreting* yang pertama dilakukan adalah mengembangkan deskripsi tekstural mengenai apa yang terjadi, kemudian mengembangkan deskripsi struktural mengenai bagaimana fenomena itu dialami, kemudian mengembangkan intisari atau

esensi dari semuanya dan menginterpretasikan sesuai dengan pengalaman dan pemahaman peneliti.

#### **d. Representing dan Visualizing**

Pada tahap *Representing* dan *Visualizing* adalah dengan menyajikan narasi mengenai makna dan esensi dari sebuah pengalaman dalam bentuk tabel, gambar atau diskusi. Tahap ini merupakan tahap final dari proses analisis data dimana hasilnya menggambarkan gaya hidup pelanggan dan berbagai macam aktivitas yang terjadi di kedai Joglo Kopi Songgo langit.

## **H. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan membagi menjadi lima bab pembahasan yang akan diuraikan menjadi beberapa sub bab pada setiap bab nya, seperti yang ada di bawah ini :

**BAB I** yaitu berisi pendahuluan terdiri dari penegasan judul, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian kajian pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian serta sistematika pembahasan.

**BAB II** yaitu mengupas terlebih dahulu gambaran umum kedai *Joglo Kopi Songgo Langit*, lokasi, sejarah, perkembangan dan aspek keberagaman aktivitas pelanggan yang ada di kedai *Joglo Kopi Songgo Langit*.

**BAB III** yaitu berisikan tentang analisis data dan hasil temuan lapangan, yang berisikan gaya hidup masyarakat yang meliputi apa saja motif budaya nongkrong masyarakat dimana budaya nongkrong dapat meningkatkan produktivitas kerja serta ekspresi diri masyarakat ketika berada di kedai Joglo Kopi Songgo Langit.

**BAB VI** yaitu penutup serta berisi saran yang terkait dengan objek penelitian dari hasil penelitian perubahan gaya hidup masyarakat di kedai kopi Joglo Kopi Songgo Langit.



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan di kedai Joglo Kopi Songgo Langit, peneliti menemukan hasil dari fenomena perubahan gaya hidup masyarakat di kedai Joglo Kopi Songgo Langit. Masyarakat seringkali menghabiskan waktunya di kedai kopi tersebut, dimana hal tersebut menunjukkan suatu perubahan gaya hidup masyarakat dengan beragam aktivitas yang dapat dilakukan. Peneliti menemukan perubahan gaya hidup masyarakat berkaitan dengan budaya nongkrong di kedai Joglo Kopi Songgo Langit dipengaruhi oleh beberapa alasan diantaranya adalah kenyamanan tempat dan fasilitas, suasanaaa tempat, identitas dan jaringan sosial yang dimiliki masyarakat.

Perubahan gaya hidup nongkrong masyarakat di kedai kopi juga dipengaruhi oleh persepsi bahwa dengan nongkrong mampu meningkatkan produktivitas nya, hingga kunjungan masyarakat di kedai Joglo Kopi Songgo Langit menjadi rutinitas dan sebagai gaya hidup. Apalagi di era modern saat ini banyak aktivitas seperti menyelesaikan pekerjaan, menambah pengetahuan dan berinteraksi sosial dapat dilakukan dimana saja.

Selanjutnya hasil penelitian juga menunjukkan bahwa nongkrong di kedai Joglo Kopi Songgo Langit menjadi kebutuhan dalam aktivitas kerja. Hal ini menjadi bukti bahwa ada sebuah kebermanfaatan di balik budaya nongkrong yang dilakukan oleh masyarakat seperti meningkatnya produktivitas kerja dan mengekspresikan diri sesuai dengan identitasnya

melalui aktivitas yang berkaitan dengan pekerjaan, minat, serta berkaitan dengan interaksi yang terjadi ketika nongkrong. Berdasarkan pendapat masyarakat bahwa dengan nongkrong juga dapat memperluas ilmu pengetahuan dimana ketika nongkrong dibarengi dengan belajar serta diskuis hal baru. Dengan begitu nongkrong sudah menjadi wadah atau tempat untuk mengaktualisasikan diri pada ruang publik yang secara alami telah disediakan oleh kedai Joglo Kopi Songgo Langit.

Terlepas dari apakah budaya nongkrong menjadi aktivitas yang positif maupun negatif bagi masyarakat yang menjalaninya pada saat ini, akan tetapi peneliti melihat fenomena tersebut dapat dirasakan sisi positifnya bagi mereka yang nongkrong di kedai Joglo Kopi Songgo Langit khususnya bagi para pekerja dan akademisi. Kedai Joglo Kopi Songgo Langit memberikan ruang alternatif bagi masyarakat umum untuk melakukan berbagai macam aktivitas dengan memaksimalkan fasilitas yang disediakan, secara tidak langsung hal tersebut mendorong masyarakat untuk lebih meningkatkan produktivitas kerjanya dalam rangka meningkatkan kualitas hidup dalam bidang ekonomi, sosial dan ilmu pengetahuan.

Perubahan gaya hidup masyarakat yang telah dibahas oleh peneliti menunjukkan bahwa kedai Joglo Kopi Songgo Langit sudah menjadi bagian dari kebutuhan mereka saat ini. Dimana kedai Joglo Kopi Songgo Langit mampu memfasilitasi dan juga menjadi ruang alternatif bagi masyarakat dalam melakukan aktivitas, interaksi sosial maupun menambah ilmu pengetahuan baru sehingga hal tersebut menciptakan gaya hidup masyarakat pada saat ini.

## B. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi masyarakat hendaknya selalu dapat memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya dimanapun dan kapanpun serta berusaha menjadi seseorang yang produktif ketika beraktivitas. Sehingga gaya hidup yang dipilih dapat lebih positif.
2. Dengan adanya kedai Joglo Kopi Songgo Langit semoga menjadi sebuah ruang alternatif yang memberikan inspirasi dan motivasi untuk lebih produktif sehingga masyarakat lebih bisa mandiri dalam segi ekonomi dan berkualitas dalam ilmu pengetahuan.
3. Bagi pemilik kedai kedai Joglo Kopi Songgo Langit untuk tetap mempertahankan fasilitas dan kenyamanan tempat. Karena hal tersebut sangat membantu bagi mereka yang ingin melakukan berbagai macam aktivitas.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian di kedai Joglo Kopi Songgo Langit semoga dapat mengkaji lebih komprehensif, teliti dan mendalam lagi terkait dengan permasalahan dalam segala aktivitas-aktivitas dan kehidupan di kedai kopi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aresa, Della. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Repurchase Intention (Studi Pada Pengunjung 7 Eleven Tebet Saharjo)." <Https://Lib.Ui.Ac.Id/Detail.Jsp?Id=20357888>. Universitas Indonesia, 2012.
- Chaney, David. *Lifestyles : Sebuah Pengantar Komprehensif*. Edited by Idi Subandy Ibrahim and Nuraeni. Indonesia. Yogyakarta : Jalasutra, 2003.
- Cita, Gelora. "Studi Tentang Fungsi Warung Kopi Bagi Masyarakat Di Kota Bagansiapiapi." *Jom FISIP* 2, no. 3 (2015): 1–13. <https://www.scoutsecuador.org/site/sites/default/files/%5Bbiblioteca%5D/5.1 Conservacion de alimentos y Recetas sencillas.pdf%0Ahttp://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf%0Ahttps://hdl.handle.net/20.500.12380/245180%0Ahttp://dx>.
- Fairusy, Muhajir Al. "Public Sphere Dalam Secangkir Kopi (Meneropong Ruang Publik Dan Produksi Wacana Di Warung Kopi Aceh)." *Behavior Therapy* 16, no. 3 (2011): 1–16.
- Fauzi, Ahmad, Nengah Punia, and Gede Kamajaya. "Budaya Nongkrong Anak Muda Di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar)." *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)* 13, no. 4 (2017): 1–13.
- Hidayat, Wahyu. "Gaya Hidup Masyarakat Perkotaan (Studi Kasus Terhadap Pelangggan Warung Kopi Di Kota Makasar)." *Repository.Unhas.Ac.Id*, 2021. <http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/3670%0A>.
- Indonesia-Anonymus. *Kopi Merah Putih*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Irwan Said. "Warung Kopi Dan Gaya Hidup Modern (Irwanti Said)." *Al-Khitabah* 3, no. 3 (2017): 33–47.
- John W. Creswell. *Qualitative Inquire And Research Design: Chosing Among Five Approaches*. Edited by Lauren Habib. 3rd ed. California: SAGE Publications, Inc., 2007.
- Khoironi, Fidagta. "Ekspresi Keberagamaan Komunitas Warung Kopi (Analisis Profil Komunitas Warung Kopi 'Blandongan' Di Yogyakarta)." Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2009.
- LIPI. "Triangulasi Pada Penelitian Kualitastif - Pusat Data Dan Dokumentasi Ilmiah - Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia." *Pusat Data Dan Dokumen Ilmiah - Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia*, 2013. <https://pddi.lipi.go.id/triangulasi-pada-penelitian-kualitastif/>.
- Luthfianto, Dawud Heru Suprihadi. "Pengaruh Kualitass Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 6, no. 3 (2017): 1–18. ejurnal.gunadarma.ac.id.
- Marbawani, Ganistria, and Grendi Hendrastomo. "Pemaknaan Nongkrong Bagi Mahasiswa Yogyakarta." *DIMENSI: Jurnal Kajian Sosiologi* 9, no. 4 (2021): 1–16. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v9i1.38866>.

- Maulida, Elisa, and Ana Irhandayaningsih. "Persepsi Pengunjung Terhadap Kelana Kopi Sebagai Kedai Kopi Literasi Di Kota Tegal." *Jurnal Ilmu Perpustakaan* 9, no. 2 (2020): 52–63.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Edisi revi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016.
- Nikmah, Farika. "Keberadaan Kafe, Warung Kopi, Dan Pergeseran Gaya Hidup." *Politeknik Negeri Malang* 7, no. 3 (2015): 636–42.
- Noor, Munawar. "Pemberdayaan Masyarakat." *Jurnal Ilmiah CIVIS* 1, no. 1 (2011): 87–99. <https://doi.org/10.2307/257670>.Poerwanto.
- Oktaviani, Keke. "Ngopi Sebagai Gaya Hidup Anak Muda (Studi Pada Pelanggan Coffeeshop 'Ruang Kopi' Di Kota Bogor)." *Repository Universitas Negeri Jakarta*. Universitas Negeri Jakarta, 2018. <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=6&ved=2ahUKEwjujuruh9fhAhVU8HMBHSzyCK4QFjAFegQIBhAC&url=http%3A%2F%2Frepository.unj.ac.id%2F1547%2F1%2FSKRIPSI.pdf&usg=AOvVaw2CX2ylCOdCjUb1mvuyMAXU>.
- Okvianita, Fanny. "Desain Interior Solo Book Center Dengan Konsep Homey." <Https://Digilib.Uns.Ac.Id/Dokumen/Detail/57065/Desain-Interior-Solo-Book-Center-Dengan-Konsep-Homey> 1, no. 3 (2016): 1–12.
- Ompusunggu, Marthin Pangihutan, and Achmad Helmy Djahawir. "Gaya Hidup Dan Fenomena Perilaku Konsumen Pada Warung Kopi Di Malang." *Jurnal Aplikasi Manajemen* 12, no. 3 (2014): 188–96. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/640/646>.
- Putri, Vanya Karunia Mulia. "Teori Labeling: Pengertian, Dampak, Dan Contohnya." *Kompas.Com*, 2021. [Fisip UIN Jakarta 25, no. 5 \(2016\): 1–16.](https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/20/151500569/teori-labeling--pengertian-dampak-dan-contohnya#:~:text=Dalam konteks sosial%2C labeling dikaitkan dengan pemberian label,publik atau masyarakat dan merasa tidak percaya diri.</a></p><p>Rahmayani, Zhafira. )
- Saputri, Khojaria Kasih. "Kontruksi Sosial Terhadap Perubahan Gaya Hidup (Studi Kualitatif Tentang Mahasiswa Rantau Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Airlangga)." *Universitas AIRLANGGA*. Universitas Airlangga, 2021. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/98340>.
- Setiandika Igiasi, Teguh. "Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik: Studi Tentang Gaya Hidup Masyarakat Kota Tanjungpinang." *Jurnal Masyarakat Maritim* 1, no. 5 (2017): 20–28. <https://doi.org/10.31629/jmm.v1i1.1660>.
- Widjayanto, Rivandi. "Budaya Nongkrong Di Kedai Kopi (Studi Kasus Pada Pelanggan Kozi Coffee 2.0 Bandung)." *E-Proceeding of Management* 7, no. 2 (2020): 7017–27.
- Yulia, Putri, Rahayu Dewi Soeyono, Choirul Anna, Nur Afifah, and Mauren Gita.

“Pengaruh AIO (Activities, Interest, Opinion) Konsumen Millenial Gen Z (10-25 Tahun) Pada Layanan Pemesanan Makanan Berbasis Daring (Online) Pada Masa Pandemi Covid-19.” *Jurnal Tata Boga* 10, no. 2 (2021): 286–93.

Yuliandri Treisna Mustika. “Evolusi Kedai Kopi,” 2015.  
<https://ottencoffee.co.id/majalah/evolusi-kedai-kopi>.

Yuliati Rina. “Budaya Nongkrong Sebagai Gaya Hidup Para Perempuan Penikmat Kopi Di Sidoarjo (Studi Kasus Pada Coffee Shop Sehari Sekopi Di Kawasan Sekitar Transmart Sidoarjo).” *Digilib.Uinsby.Ac.Id.* UIN Sunan Ampel, 2021.

Wawancara dengan Bpk Nasikul, selaku Manajer kedai Joglo Kopi Songgo Langit, 20 Juni 2022 pukul 08.00 WIB.

Wawancara dengan Bashyir, selaku pelanggan kedai Joglo Kopi Songgo Langit, 24 Juni 2022 pukul 14:00 WIB.

Wawancara dengan Muhammad Nufi, selaku pelanggan kedai Joglo Kopi Songgo Langit dan pekerja freelance, 07 Agustus 2022 pukul 09.00 WIB.

Wawancara dengan Faisal Anis, selaku pelanggan kedai Joglo Kopi Songgo Langit dan pekerja freelance, 24 Juni 2022 pukul 14.00 WIB.

Wawancara dengan Aziz Akhmadi, selaku pelanggan kedai Joglo Kopi Songgo Langit dan pekerja freelance, 03 September 2022 pukul 01.23 WIB.

Wawancara dengan Muhamad Afrizqi , selaku pelanggan kedai Joglo Kopi Songgo Langit dan pekerja freelance, 30 Juli 2022 pukul 20.09 WIB.

Wawancara dengan Ainun Puspa Giri, selaku pelanggan kedai Joglo Kopi Songgo Langit dan pekerja freelance, 30 Juni 2022 pukul 22.00 WIB.

