

**PRAKTIK SOSIAL NONGKRONG DI *COFFEE SHOP*
SEBAGAI HABIT MAHASISWA: STUDI FENOMENOLOGI DI
WILODI *COFFEE* YOGYAKARTA**



PROPOSAL SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Bidang Sosiologi

Disusun oleh :

Zakariya Al Fattah

NIM. 19107020025

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2026



PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1946/Un.02/DSH/PP.00.9/06/2026

Tugas Akhir dengan judul : PRAKTIK SOSIAL NONGKRONG DI *COFFEE SHOP* SEBAGAI HABIT MAHASISWA: STUDI FENOMENOLOGI DI WILODI *COFFEE* YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ZAKARIYA AL FATTAH
Nomor Induk Mahasiswa : 19107020025
Telah diujikan pada : Rabu, 03 Juni 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dwi Nur Laela Fithriya, S.IP., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6a224c8361336



Penguji I
Dr. Phil. Ahmad Norma Permata, S.Ag., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6a217e2b16888



Penguji II
Nisrina Muthahari, M.A.
SIGNED

Valid ID: 6a224b7fe8a9b



Yogyakarta, 03 Juni 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6a226abc3ed80

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Zakariya Al Fattah

NIM : 19107020025

Jurusan : Sosiologi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi saya yang berjudul “Praktik Sosial Nongkrong Di *Coffee Shop* Sebagai Habit Mahasiswa: Studi Fenomenologi Di Wilodi *Coffee* Yogyakarta” merupakan hasil asli karya saya sendiri dan bukan plagiasi dari karya orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh dewan penguji.

Yogyakarta, 19 Mei 2026

Yang menyatakan



Zakariya Al Fattah

NIM. 19107020025

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Lamp : -

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan, saya selaku pembimbing menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Zakariya Al Fattah

NIM : 19107020025

Program Studi : Sosiologi

Judul : "Praktik Sosial Nongkrong Di *Coffee Shop*
Sebagai Habit Mahasiswa: Studi Fenomenologi
Di Wilodi *Coffee* Yogyakarta"

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana strata satu bidang keilmuan sosiologi. Harapan saya semoga saudara tersebut dapat segera dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 19 Mei 2026

Pembimbing,



Dwi Nur Laela Fithriya, S.IP., M.A.

NIP. 19910123 201903 2 013

PERSEMBAHAN

Pada akhirnya skripsi ini mampu diselesaikan oleh penulis tidak lupa kontribusi pihak lain yang memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Maka skripsi ini dipersembahkan untuk:

1. Kepada Allah SWT yang telah memberi kesehatan dan kelancaran dalam skripsi ini.
2. Kepada kedua orang tua yang telah menjadi sponsor utama dalam proyek mahasiswa ini.
3. Kepada Kepala Program Studi Sosiologi Dr. Napsiah, S.Sos. yang tak henti-henti menyayangi mahasiswanya.
4. Kepada dosen pembimbing Dwi Nur Laela Fithriya, S.IP., M.A. yang telah senantiasa memberi arahan dan saran kepada peneliti dengan sabar juga bertindak tidak killer.
5. Kepada dosen-dosen prodi Sosiologi yang mendedikasikan ilmu pada mahasiswa.
6. Kepada civitas akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora dan UIN Sunan Kalijaga yang membantu saya dalam rangka menyelesaikan skripsi.
7. Kepada Owner Wilodi *Coffee shop* Mas Widi Septiyanto yang telah bersedia dan mengizinkan saya melakukan penelitian dilokasi bisnis beliau.
8. Kepada Dwi, Awan, Kevin, Ojan, Dias, dan Rani yang telah bersedia menjadi informan penelitian.
9. Kepada teman-teman Prodi Sosiologi angkatan 2019 Bela, Nela, Ifa, Puput, Taba, Cacing, Haqi, Izzul, Iqbal, Azra, Vani dan teman-teman yang berada di grup Whatsapp “Sukangaco Solusindo”.
10. Kepada teman-teman kos Muslim Putra Timoho dan Mbakyu Singgang yang telah mejadi tetangga kos yang baik dan menjadi penghibur saat penulis mengerjakan skripsi ini.
11. Kepada orang-orang sekitar yang hadir dan menjadi bagian hidup penulis.

MOTTO

“Mustahil Tuhan telah membawamu sejauh ini hanya untuk gagal.”



KATA PENGANTAR

Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya. Shalawat dan salam peneliti curahkan untuk Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan. Hingga peneliti berada pada titik menyelesaikan skripsi yang berjudul “Praktik Sosial Nongkrong Di *Coffee shop* Sebagai Habit Mahasiswa: Studi Fenomenologi Wilodi *Coffee* Yogyakarta”. Penelitian ini diharapkan mampu mewadahi keresahan komunitas ojek *online* untuk memperjuangkan nasib kedepan.

Tak luput penelitian ini tidak serta merta selesai karena tangan peneliti, melainkan kontribusi berbagai pihak yang sejak awal berarti bagi peneliti. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak:

1. Kepala Program Studi Sosiologi Dr. Napsiah, S.Sos.
2. Dosen Pembimbing Akademik Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., Ph.D.
3. Dosen Pembimbing Skripsi Dwi Nur Laela Fithriya, S.IP., M.A.
4. Jajaran Dosen Pengampu Mata Kuliah Dr. Muryanti, M.A., Achmad Uzair, S.IP., M.A., Ph.D., Agus Saputro, M.Si., Ambar Sari Dewi, S.Sos., M.Si., Ph.D., Dr. Andri Rosadi, M.Hum, Dr. Astri Hanjarwati, S.Sos., M.A., B.J. Sujibto, S.Sos., M.A., Dr. Yayan Suryana, M.Ag., Dwi Nur Laela Fithriya, S.IP., M.A., Kanita Khoirun Nisa, S.Pd. M.A., Ahmad Norma Permata, S.Ag., MA., Ph.D., Nisrina Murhohari, M.A.
5. Seluruh civitas UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Kedua orang tua, keluarga, kerabat, dan pihak-pihak terkait yang telah berkontribusi.
7. Owner dan Informan Wilodi *Coffee* Yogyakarta.

Harapannya penelitian ini menjadi acuan maupun referensi penelitian lain dalam akademik maupun masyarakat. Peneliti mengetahui bahwa penelitian ini mengandung ketidaksempurnaan, untuk itu peneliti terbuka untuk kritik dan saran.

Yogyakarta, 19 Mei 2026

Zakariya Al Fattah

ABSTRAK

Aktivitas nongkrong di *coffee shop* telah menjadi bagian dari kehidupan sosial mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas nongkrong mahasiswa di Wilodi *Coffee*, faktor yang melatarbelakangi pemilihan tempat tersebut, pengalaman interaksi sosial yang terbentuk, serta makna nongkrong bagi mahasiswa. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi sosial Alfred Schutz. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap mahasiswa yang menjadikan Wilodi *Coffee* sebagai tempat nongkrong.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas nongkrong meliputi interaksi sosial, diskusi akademik, pengerjaan tugas, konsumsi makanan dan minuman, serta relaksasi. Mahasiswa memilih Wilodi *Coffee* karena faktor kenyamanan, fasilitas, suasana, pelayanan yang ramah, dan pengaruh lingkungan pertemanan. Aktivitas nongkrong juga menjadi sarana membangun relasi, bertukar informasi, dan memperkuat hubungan sosial. Berdasarkan teori Alfred Schutz, nongkrong dimaknai sebagai praktik sosial yang terbentuk dari pengalaman hidup mahasiswa, didukung oleh *stock of knowledge*, tipifikasi terhadap *coffee shop* sebagai ruang sosial, serta motif tindakan yang meliputi *because motives* dan *in-order-to motives*. Dengan demikian, nongkrong di Wilodi *Coffee* tidak hanya menjadi aktivitas rekreatif, tetapi juga telah menjadi habit yang memiliki makna sosial, akademik, dan psikologis bagi mahasiswa.

Kata Kunci: Praktik Nongkrong, *Coffee Shop*, Mahasiswa, Fenomenologi Alfred Schutz.

DAFTAR ISI

PERSEMBAHAN.....	i
MOTTO	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Landasan Teori	21
G. Metodologi Penelitian	26
H. Sistematika Penelitian	32
BAB 2 GAMBARAN UMUM	33
A. Profil Wilodi <i>Coffee Shop</i>	33
B. Karakteristik Wilodi <i>Coffee Shop</i>	35
C. Profil Informan.....	37
BAB 3 FENOMENA NONGKRONG DI <i>COFFEE SHOP</i> SEBAGAI BAGIAN DARI PRAKTIK SOSIAL DAN GAYA HIDUP	41
A. Aktivitas Nongkrong Mahasiswa di Wilodi <i>Coffee</i>	41
B. Alasan Mahasiswa Memilih Wilodi <i>Coffee</i>	44
C. Pengalaman Interaksi Sosial dalam Aktivitas Nongkrong	49
D. Makna Nongkrong bagi Mahasiswa.....	53
E. <i>Coffee shop</i> Sebagai Ruang Relasi Sosial Anak Muda	57
BAB 4 ANALISIS TEORI.....	61
I. Dunia Kehidupan (Life World) Mahasiswa dalam Praktik Nongkrong....	62
J. Intersubjektivitas dalam Aktivitas Nongkrong.....	63
K. <i>Stock of knowledge</i> Mahasiswa terhadap Budaya Nongkrong.....	65
L. Tipifikasi Nongkrong sebagai Praktik Sosial Mahasiswa.....	67
M. Motif Tindakan Mahasiswa dalam Aktivitas Nongkrong	68
N. Konstruksi Makna Nongkrong sebagai Habit Mahasiswa	70

BAB 5 PENUTUP	72
A. KESIMPULAN.....	72
B. Saran.....	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	80
A. TRANSKRIP WAWANCARA.....	80
B. DOKUMENTASI.....	99
CURRICULUM VITAE	101



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era globalisasi atau era terjadinya perubahan besar besaran dalam berbagai aspek kehidupan manusia menjadi penanda adanya perubahan besar dari masa lalu. Kehidupan yang kita jalani sekarang adalah kehidupan yang sangat berbeda dari kehidupan yang terjadi di masa lalu. Pergeseran pola kehidupan akibat terjadinya modernisasi ini telah menjadi acuan untuk bagaimana orang akan hidup di masa depan.

Terjadinya modernisasi telah banyak mengubah kehidupan yang sedang kita jalani dari masa ke masa termasuk. Gaya hidup yang meliputi sosial, ekonomi, dan sosial budayapun sudah pasti ikut terpengaruh. Perubahan gaya hidup yang sedang terjadi sekarang ini adalah meningkatnya keinginan untuk lebih bisa menikmati hidup.¹ Menikmati hidup mereka dapat dilakukan dengan rutin beraktivitas nongkrong di *coffee shop*. Dengan mengunjungi *coffee shop* mereka tak hanya melakukan kegiatan untuk pribadi, namun juga dilakukan bersama dengan teman, rekan kerja bahkan bisa juga dilakukan bersama keluarga dan yang lainnya.

Fenomena nongkrong di *coffee shop* telah menjadi pemandangan umum di kota-kota besar termasuk Yogyakarta, terutama di area yang dekat dengan kampus dan pusat kegiatan anak muda. Aktivitas ini tidak hanya terlihat sebagai kebiasaan sesaat, tetapi juga sebagai bagian dari rutinitas sosial yang melibatkan

¹ A Kusumawati and Y Priyanti, 'Coffee shop Culture and Young People in Yogyakarta, Indonesia: An Exploratory Study', *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 2.(2) (2018), 60–73.

berkumpul, minum minuman, bercakap-cakap, hingga bersosialisasi yang berlangsung selama berjam-jam di berbagai *coffee shop* lokal. Keberadaan *coffee shop* di Yogyakarta memberikan ruang fisik dan simbolik bagi anak muda untuk berekspresi dan menunjukkan identitas sosial mereka melalui pilihan tempat, gaya berpakaian, serta cara berinteraksi yang unik dan bermakna bagi komunitasnya.²

Fenomena ini menimbulkan beberapa persoalan sosial yang kompleks. Anak muda sebagai aktor utama dalam praktik nongkrong di *coffee shop* tidak hanya terlibat dalam interaksi sosial, tetapi juga mengalami dinamika konsumsi yang melekat pada gaya hidup modern. Aktivitas nongkrong sering kali dikaitkan dengan status sosial, pencarian identitas, dan kebutuhan akan ruang sosial yang nyaman dan eksklusif. Dampaknya secara langsung dapat memengaruhi pola pengeluaran, waktu produktif, serta dalam beberapa konteks menyebabkan perilaku konsumtif yang lebih dominan daripada fungsi rekreatif atau akademik.³

Secara sosiologis, fenomena nongkrong di *coffee shop* dapat dilihat melalui lensa makna sosial dan pengalaman subjektif generasi muda. Aktivitas ini bukan hanya soal konsumsi minuman atau makanan, tetapi juga sebagai ruang praktik sosial yang mencerminkan nilai, norma, serta persepsi kelompok dalam menegosiasikan identitas mereka. Keberadaan *coffee shop* menjadi arena sosial yang memungkinkan interaksi, pembentukan relasi, bahkan ekspresi

² Elly Herlyana, 'Fenomena *Coffee shop* Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda', *Thaqafiyat*, 13.1 (2012).

³ Akhir Hsb Ahmad, 'Lifestyle of Teenagers Hanging Out at Bagasta *Coffee shop* (Descriptive Study of Napa Village , Batang Torung District , South Tapanuli)', *Journal of Sumatera Sociological Indicators*, 02.01 (2023), 158–60.

budaya populer melalui percakapan, gaya berpakaian, serta aktivitas berbasis media sosial yang dilakukan di dalamnya.

Di Yogyakarta sendiri, pola nongkrong bagi mahasiswa memiliki sejumlah makna yang beragam tergantung pada konteks sosial dan tujuan individu. Bagi sebagian mahasiswa, nongkrong menjadi cara untuk menjalin silaturahmi, berbagi pengalaman, mencari inspirasi, atau sekadar sebagai sarana relaksasi dari tekanan akademik. Studi lokal menunjukkan bahwa kegiatan nongkrong dipahami sebagai bagian dari kebutuhan sosial yang memberi kesempatan bagi mahasiswa untuk mengeksplorasi diri, mendapatkan ruang produktivitas, dan memperluas jaringan sosial.⁴

Fenomena nongkrong di *coffee shop* bukanlah kejadian yang terlepas dari konteks sosial yang lebih luas. Perkembangan infrastruktur budaya perkotaan, pertumbuhan sektor jasa dan hiburan, serta meluasnya gaya hidup modern di Indonesia, termasuk di Yogyakarta, telah menyediakan ruang publik alternatif yang menarik bagi anak muda.⁵ Diskursus tentang modernitas, konsumsi, dan identitas sosial menguat di tengah perubahan pola konsumsi generasi milenial dan pasca-milenial, di mana *coffee shop* menjadi salah satu simbol gaya hidup perkotaan yang diidamkan.

Masyarakat kota cenderung memiliki mobilitas dan kesibukan yang tinggi, ditambah lagi dengan tuntutan kehidupan yang tiada habisnya menyebabkan tingkat stress semakin tinggi. Sehingga mereka sangat

⁴ Ganistria Marbawani and Grendi Hendrastomo, 'Pemaknaan Nongkrong Bagi Mahasiswa Yogyakarta', *DIMENSIA: Jurnal Kajian Sosiologi*, 9.1 (2021), 1–16
<<https://doi.org/10.21831/dimensia.v9i1.38866>>.

⁵ Zhaqiya Rizqy Hapsari and Atika Wijaya, '*Coffee shop* Dan Gaya Hidup Mahasiswa Perkotaan', 2.1 (2024), 1–15.

membutuhkan tempat yang cocok untuk sekedar *refreshing* menenangkan suasana dan pikiran. Banyak anak muda memilih aktivitas untuk berkumpul dengan teman di waktu senggangnya, sekedar ngobrol atau mengerjakan tugas sambil minum kopi.⁶ Hal tersebut membuat banyaknya *coffee shop* yang muncul di Yogyakarta untuk menawarkan apa yang anak muda butuhkan untuk memenuhi gaya hidup mereka ini, salah satu yang menjadi pilihan banyak anak muda adalah *coffee shop* yang bernama Wilodi *Coffee* yang berlokasi di jalan I Dewa Nyoman Oka no. 24, Kotabaru, kec. Gondokusuman, kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Coffee shop* tersebut juga akan menjadi lokasi peneliti dalam mencari data yang relevan dengan topik yang dibahas.

Meskipun banyak penelitian yang telah mengkaji fenomena nongkrong di *coffee shop*, masih terdapat kesenjangan penelitian khususnya dalam konteks Yogyakarta sebagai kota pelajar yang memiliki karakter sosial unik. Kajian terdahulu cenderung menekankan pada aspek konsumsi dan gaya hidup umum, sedangkan pemahaman mendalam terkait pemaknaan aktivitas nongkrong oleh anak muda Yogyakarta secara kualitatif, termasuk makna sosial, identitas, dan proses interaksi yang terjadi di ruang *coffee shop*, masih terbatas.⁷ Oleh karena itu, penelitian ini mencoba mengisi celah dari penelitian sebelumnya melalui pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi yang mengupas aktivitas ngopi sebagai habit mahasiswa sebagai sarana eksistensi diri dan praktik sosial. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui praktik nongkrong sebagai gaya hidup dan budaya konsumtif.

⁶ Steven Jaya, 'Studi Fenomena Gaya Baru Kaum Muda Yang Gemar Mengunjungi *Coffee shop* Di Kota Yogyakarta' (Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2023).

⁷ Marbawani and Hendrastomo.

Dalam penelitian kali ini akan mencoba mengupas mengenai sekelompok mahasiswa di Yogyakarta yang menjadi pelanggan tetap di sebuah *coffee shop* bernama *Wilodi Coffee* yang berlokasi di di jalan I Dewa Nyoman Oka no. 24, Kotabaru, kec. Gondokusuman, kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Peneliti memilih subjek dengan kriteria kelompok mahasiswa tersebut rutin melakukan aktivitas nongkrong minimal tiga kali dalam seminggu dengan berbagai pengalaman dan tujuan subjektif yang akan dikaji dalam penelitian ini.

Pemilihan *Wilodi Coffee Shop* sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa tempat ini merupakan salah satu *coffee shop* yang memiliki tingkat kunjungan mahasiswa yang tinggi serta menjadi ruang sosial yang aktif di Yogyakarta. *Wilodi Coffee* tidak hanya berfungsi sebagai tempat menikmati makanan dan minuman, tetapi juga menjadi ruang berkumpul, berdiskusi, belajar, bekerja, dan membangun relasi sosial. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa aktivitas nongkrong yang berlangsung di *Wilodi Coffee* memiliki intensitas yang cukup tinggi dan dilakukan secara berulang oleh mahasiswa sehingga berpotensi membentuk suatu habit dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, suasana yang nyaman, harga yang relatif terjangkau, ketersediaan fasilitas pendukung, serta keberadaan area nongkrong yang memungkinkan interaksi antarpengunjung menjadikan *Wilodi Coffee* sebagai lokasi yang tepat untuk mengungkap pengalaman dan makna subjektif mahasiswa terhadap aktivitas nongkrong. Dengan demikian, *Wilodi Coffee* dipilih karena mampu merepresentasikan fenomena yang menjadi fokus penelitian dan menyediakan konteks sosial yang kaya untuk dianalisis melalui pendekatan fenomenologi.

B. Rumusan Masalah

Dari pemaparan latar belakang di atas, maka dapat diambil rumusan masalahnya adalah bagaimana mahasiswa memaknai aktivitas nongkrong di Wilodi *Coffee* sebagai bagian dari habit, pembentukan identitas, dan relasi sosial.

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk memahami dan mendeskripsikan fenomena nongkrong di *coffee shop* dalam kehidupan sehari-hari anak muda terutama di Yogyakarta sebagai bagian dari praktik sosial dan gaya hidup yang berkembang di lingkungan perkotaan.
2. Untuk mengkaji makna dan pengalaman subjektif anak muda terhadap aktivitas nongkrong di *coffee shop*, khususnya dalam kaitannya dengan pembentukan identitas, relasi sosial, dan kebutuhan akan ruang interaksi.
3. Untuk menganalisis peran *coffee shop* sebagai ruang sosial dalam membentuk pola interaksi dan gaya hidup anak muda di Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat yang dapat diambil dari penelitian :

1. Manfaat Teoretis.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian sosiologi, khususnya dalam bidang sosiologi gaya hidup, budaya urban, dan interaksi sosial. Hasil penelitian ini dapat memperkaya pemahaman teoretis mengenai bagaimana praktik nongkrong di *coffee shop* dimaknai oleh

anak muda sebagai bagian dari konstruksi gaya hidup dan identitas sosial dalam konteks masyarakat perkotaan, khususnya di kota pelajar seperti Yogyakarta.

2. Manfaat Praktis.

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi berbagai pihak, seperti pengelola *coffee shop*, institusi pendidikan, dan komunitas anak muda, dalam memahami kebutuhan sosial dan pola interaksi generasi muda. Temuan penelitian ini juga dapat memberikan gambaran mengenai dampak sosial dari aktivitas nongkrong di *coffee shop*, sehingga dapat dijadikan dasar pertimbangan dalam menciptakan ruang sosial yang lebih inklusif, produktif, dan sesuai dengan karakter anak muda.

3. Manfaat Akademis.

Bagi dunia akademik, penelitian ini dapat menjadi referensi atau bahan perbandingan bagi mahasiswa dan peneliti selanjutnya yang tertarik mengkaji fenomena gaya hidup anak muda, ruang publik, dan budaya nongkrong dengan pendekatan kualitatif. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat membuka peluang kajian lanjutan yang lebih mendalam mengenai makna, proses, dan dinamika sosial dalam kehidupan anak muda di ruang-ruang publik modern.

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian terdahulu ini digunakan sebagai bahan rujukan, referensi, dan acuan untuk melangsungkan penelitian. Guna mengetahui gambaran garis besar batasan pada topik penelitian yang dilakukan. Selain itu untuk menunjukkan keabsahan data yang diperoleh peneliti. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik peneliti.

Penelitian pertama, oleh Ahmad Akhir Hasibuan di Desa Napa, Sumatera Utara, mengkaji fenomena nongkrong di *coffee shop* sebagai bagian dari gaya hidup remaja. Penelitian ini melibatkan remaja berusia 17–24 tahun yang secara rutin menghabiskan waktu di *coffee shop* sebagai subjek penelitian. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *coffee shop* telah mengalami pergeseran fungsi, dari sekadar tempat menikmati minuman menjadi ruang interaksi sosial yang mendukung aktivitas berkumpul, berkomunikasi, dan membangun relasi sosial. Penelitian ini menyimpulkan bahwa modernisasi yang terjadi di lingkungan desa turut memengaruhi perubahan gaya hidup remaja sehingga *coffee shop* menjadi salah satu simbol gaya hidup yang berkembang di kalangan generasi muda. Namun demikian, penelitian tersebut masih cenderung melihat nongkrong sebagai bagian dari gaya hidup dan perilaku konsumsi semata. Penelitian ini berpendapat bahwa aktivitas nongkrong tidak selalu dapat dipahami hanya melalui perspektif gaya hidup konsumtif.⁸

Penelitian kedua dilakukan oleh Petty Arisanti di Kota Kediri mengkaji fenomena kebiasaan nongkrong generasi milenial di *coffee shop* sebagai bagian dari kehidupan sosial mereka. Subjek penelitian terdiri atas anak muda yang secara rutin mengunjungi *coffee shop* untuk berkumpul dan berinteraksi dengan teman sebaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis yang bertujuan untuk memahami makna subjektif yang diberikan para informan terhadap aktivitas nongkrong. Data penelitian diperoleh melalui wawancara

⁸ Ahmad.

mendalam dan observasi langsung terhadap aktivitas para pengunjung *coffee shop*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *coffee shop* tidak hanya dimanfaatkan sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi juga menjadi sarana bagi generasi milenial untuk membangun citra diri dan menunjukkan identitas sosial. Dari segi metodologi, penggunaan pendekatan fenomenologi dalam penelitian ini dinilai tepat karena mampu menggali pengalaman hidup dan makna yang dirasakan langsung oleh para pelaku aktivitas nongkrong. Melalui pendekatan tersebut, peneliti dapat memahami bagaimana generasi milenial memaknai *coffee shop* sebagai ruang sosial yang memiliki nilai simbolik dalam kehidupan sehari-hari.⁹

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Ima Estika dan Hesti Asriwandari di Kota Pekanbaru mengkaji fenomena penggunaan *coffee shop* di kalangan remaja dan mahasiswa sebagai ruang untuk menghabiskan waktu luang dan berinteraksi sosial. Subjek penelitian terdiri atas remaja dan mahasiswa yang menjadikan *coffee shop* sebagai salah satu tempat yang sering dikunjungi dalam aktivitas keseharian mereka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Pendekatan tersebut digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai alasan, pengalaman, dan pandangan anak muda terhadap keberadaan *coffee shop* dalam kehidupan sosial mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *coffee shop* telah menjadi salah satu tempat favorit bagi anak muda untuk berkumpul, bersantai, dan menghabiskan waktu bersama teman. Berbagai fasilitas yang tersedia, seperti akses Wi-Fi, desain interior yang menarik, serta

⁹ Arisanti.

suasana yang nyaman menjadi faktor utama yang mendorong mereka memilih *coffee shop* dibandingkan tempat lain. Peneliti mendukung temuan Ima Estika dan Hesti Asriwandari yang menunjukkan bahwa *coffee shop* telah menjadi ruang sosial yang penting bagi remaja dan mahasiswa. Keberadaan fasilitas yang mendukung aktivitas sosial maupun produktif memang menjadikan *coffee shop* lebih diminati dibandingkan ruang publik konvensional.¹⁰

Penelitian keempat dilakukan oleh Devy Purwanti Darmawan, Faiz Yassar Hakim, dan Khoerudin Imawan di wilayah pinggiran Kota Cirebon mengkaji peran *coffee shop* dalam kehidupan sosial remaja. Penelitian ini melibatkan remaja yang aktif mengunjungi dan menghabiskan waktu di *coffee shop* sebagai subjek penelitian. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan observasi. Pendekatan ini digunakan untuk memahami pengalaman, perilaku, serta makna yang diberikan remaja terhadap aktivitas yang mereka lakukan di *coffee shop*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *coffee shop* telah menjadi ruang yang memungkinkan remaja mengekspresikan diri sekaligus mengikuti perkembangan budaya populer yang berkembang di masyarakat. Identitas diri ditampilkan melalui berbagai aspek, seperti gaya berpakaian, preferensi musik, hingga pola interaksi yang ditunjukkan ketika bergaul dengan teman sebaya. Peneliti mendukung temuan Devy Purwanti Darmawan, Faiz Yassar Hakim, dan Khoerudin Imawan yang menunjukkan bahwa *coffee shop* memiliki fungsi sosial yang lebih luas daripada sekadar tempat konsumsi. *Coffee shop* memang dapat

¹⁰ Estika Ima, 'Gaya Hidup Remaja Kota (Studi Tentang Pengunjung Kafe Di Pekanbaru)', *JOM FISIP*, 4.1 (2017), 1–15.

menjadi ruang yang mendukung pembentukan identitas sosial dan pengembangan jaringan pertemanan di kalangan anak muda.¹¹

Penelitian kelima yang dilakukan oleh Shabihah Agustiarmaputri di Surabaya mengkaji fenomena nongkrong di *coffee shop* pada kalangan Generasi Z. Fokus penelitian ini adalah memahami bagaimana Generasi Z memaknai keberadaan *coffee shop* dalam kehidupan sosial mereka. Penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologis untuk menggali pengalaman dan makna subjektif yang dimiliki oleh para pengunjung *coffee shop*. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi terhadap aktivitas serta suasana yang berlangsung di *coffee shop*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain interior, estetika ruang, dan tampilan visual *coffee shop* menjadi faktor utama yang menarik minat Generasi Z untuk berkunjung. *Coffee shop* tidak hanya dipandang sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi juga sebagai ruang yang menawarkan pengalaman sosial dan suasana tertentu yang sesuai dengan preferensi generasi muda. Penggunaan pendekatan fenomenologi dinilai sesuai karena memungkinkan peneliti memahami pengalaman hidup serta makna yang dibangun oleh individu dalam aktivitas nongkrong di *coffee shop*. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali bagaimana Generasi Z memaknai ruang, suasana, dan pengalaman yang mereka peroleh ketika berada di *coffee shop*.¹²

Penelitian keenam dilakukan oleh Zhaqiya Rizqy Hapsari dan Atika Wijaya di Kota Semarang mengkaji pemanfaatan *coffee shop* di kalangan

¹¹ Darmawan, Hakim, and Imawan.

¹² Shabihah Agustiarmaputri, 'Estetika, Simulakra, Dan Konsumsi Gaya Hidup: Studi Tentang Praktik Sosial Dalam Ruang Representasi Kedai "Ada Apa Dengan Kopi" Pada Gen-Z', *Jurnal Sosiologi Dialektika*, 20.2 (2025), 173–85.

mahasiswa sebagai ruang untuk beraktivitas, berinteraksi, dan belajar. Subjek penelitian terdiri atas mahasiswa yang secara rutin mengunjungi *coffee shop* untuk berbagai keperluan akademik maupun sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Pendekatan tersebut digunakan untuk memahami pengalaman dan pandangan mahasiswa mengenai penggunaan *coffee shop* dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *coffee shop* tidak hanya dimanfaatkan sebagai tempat untuk nongkrong dan bersosialisasi, tetapi juga digunakan sebagai ruang belajar, mengerjakan tugas, berdiskusi kelompok, serta melakukan berbagai aktivitas produktif lainnya. Penelitian ini juga menemukan adanya perubahan pola perilaku mahasiswa dalam memilih tempat untuk belajar dan berkumpul. Jika sebelumnya aktivitas akademik lebih banyak dilakukan di perpustakaan atau ruang kampus, kini *coffee shop* menjadi alternatif yang semakin diminati. Peneliti mendukung temuan Zhaqiya Rizqy Hapsari dan Atika Wijaya yang menunjukkan bahwa *coffee shop* telah mengalami perluasan fungsi menjadi ruang yang mendukung aktivitas akademik dan sosial mahasiswa. Temuan tersebut relevan dengan kondisi saat ini, di mana banyak mahasiswa memanfaatkan *coffee shop* sebagai tempat belajar, berdiskusi, maupun mengerjakan tugas karena suasananya yang dianggap lebih kondusif dan fleksibel.¹³

Penelitian ketujuh dilakukan oleh Abidah Hasyim, Cut Ita Zahara, dan Rahmia Dewi di Kota Lhokseumawe mengkaji kebiasaan nongkrong remaja di *coffee shop* sebagai bagian dari kehidupan sosial mereka. Subjek penelitian

¹³ Hapsari and Wijaya.

terdiri atas remaja berusia 15–22 tahun yang menjadi pengunjung *coffee shop*. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengukur kecenderungan perilaku nongkrong dan faktor-faktor yang memengaruhinya secara lebih luas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar remaja memiliki intensitas kunjungan yang cukup tinggi ke *coffee shop*. Beberapa faktor yang mendorong kebiasaan tersebut antara lain kenyamanan tempat, ketersediaan fasilitas pendukung, serta pengaruh lingkungan pertemanan. Penelitian ini juga menemukan adanya hubungan antara frekuensi nongkrong dengan kecenderungan gaya hidup modern yang dimiliki remaja. Semakin sering remaja mengunjungi *coffee shop*, semakin kuat pula keterkaitan mereka dengan pola hidup yang mencerminkan budaya modern. Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan teori gaya hidup yang menjelaskan bahwa pola konsumsi, pilihan tempat berkumpul, dan aktivitas keseharian individu dapat mencerminkan orientasi nilai serta identitas sosial yang berke mbang dalam masyarakat modern. Selain itu, penelitian ini juga relevan dengan konsep kebutuhan sosial yang menekankan pentingnya interaksi dan hubungan sosial dalam kehidupan remaja.¹⁴

Penelitian kedelapan dilakukan oleh Rina Yuliati di Sidoarjo mengkaji budaya nongkrong di *coffee shop* sebagai bagian dari gaya hidup perempuan muda. Penelitian ini berfokus pada bagaimana aktivitas nongkrong dimaknai oleh perempuan muda dalam kehidupan sosial sehari-hari. Berdasarkan fokus

¹⁴ Hasyim, Zahara, and Dewi.

kajiannya yang menekankan pemaknaan dan pengalaman sosial, penelitian ini memiliki kecenderungan menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena budaya nongkrong secara mendalam. Melalui pendekatan tersebut, peneliti berupaya mengungkap berbagai makna yang melekat pada aktivitas nongkrong di *coffee shop* dalam konteks kehidupan perempuan muda perkotaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas nongkrong tidak lagi dipahami hanya sebagai sarana untuk mengisi waktu luang, tetapi telah berkembang menjadi media pembentukan identitas sosial dan citra diri. *Coffee shop* berfungsi sebagai ruang sosial yang memberikan kesempatan bagi perempuan muda untuk mengekspresikan selera, gaya hidup, serta preferensi estetik yang dimiliki. Selain itu, konsumsi kopi yang dilakukan di *coffee shop* juga dimaknai sebagai simbol yang merepresentasikan gaya hidup kelas menengah perkotaan. Interaksi yang berlangsung di dalam *coffee shop* memperlihatkan pola komunikasi yang lebih terbuka dan egaliter, sehingga ruang tersebut tidak hanya menjadi tempat berkumpul, tetapi juga menjadi arena pertukaran informasi, pengalaman, dan gagasan antarindividu. Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan teori gaya hidup, konsumsi simbolik, dan identitas sosial. Perspektif tersebut menjelaskan bahwa aktivitas konsumsi tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga digunakan sebagai sarana untuk membangun citra diri, memperoleh pengakuan sosial, serta menunjukkan posisi tertentu dalam lingkungan masyarakat. Peneliti mendukung temuan Rina Yuliati yang menunjukkan bahwa *coffee shop* telah berkembang menjadi ruang sosial yang memiliki fungsi lebih luas dibandingkan sekadar tempat menikmati makanan dan minuman. Keberadaan *coffee shop* memang memberikan ruang bagi anak

muda untuk membangun relasi sosial, mengekspresikan diri, dan memperluas jaringan pertemanan.¹⁵

Penelitian kesembilan dilakukan oleh Syafitri Asofia di Kendal mengkaji aktivitas kongko di *coffee shop* sebagai bagian dari gaya hidup remaja. Penelitian ini berfokus pada pemahaman mengenai aktivitas kongko sebagai praktik sosial yang berkembang di kalangan remaja serta kaitannya dengan pembentukan identitas dan pola interaksi sosial. Berdasarkan fokus kajiannya yang menyoroti makna dan dinamika sosial dalam aktivitas kongko, penelitian ini cenderung menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami pengalaman dan pandangan remaja secara mendalam terhadap fenomena tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas kongko tidak hanya dipahami sebagai kegiatan rekreatif untuk mengisi waktu luang, tetapi juga berfungsi sebagai sarana membangun solidaritas, memperkuat hubungan sosial, dan menciptakan kohesi kelompok di kalangan remaja. *Coffee shop* dipilih sebagai lokasi berkumpul karena menawarkan lingkungan yang nyaman, fasilitas pendukung seperti akses internet, serta ruang yang memungkinkan terjadinya interaksi sosial secara lebih leluasa. Selain itu, praktik kongko juga mencerminkan pola konsumsi yang berkaitan dengan gaya hidup modern, terlihat dari kebiasaan mengonsumsi minuman yang sedang populer dan penggunaan media sosial sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Temuan Syafitri Asofia mendukung pandangan bahwa *coffee shop* tidak lagi sekadar tempat membeli minuman, melainkan telah berkembang menjadi ruang sosial yang memfasilitasi interaksi,

¹⁵ Rina Yulianti, *Budaya Nongkrong Sebagai Gaya Hidup Para Perempuan Penikmat Kopi Di Sidoarjo (Studi Kasus Pada Coffee shop Sehari Sekopi Di Kawasan Sekitar Transmart Sidoarjo)*, 2021.

solidaritas, dan pembentukan identitas anak muda. Meski demikian, penelitian ini masih cenderung menekankan aktivitas nongkrong sebagai bagian dari gaya hidup konsumtif, sehingga belum sepenuhnya menjelaskan makna subjektif dan kebiasaan berulang yang membentuk habit dalam kehidupan sehari-hari remaja.¹⁶

Penelitian kesepuluh dilakukan oleh Zhafirah Farras Putri mengkaji fenomena konsumerisme di kalangan anak muda yang tercermin melalui budaya nongkrong di *coffee shop* kawasan Jakarta Selatan. Aktivitas nongkrong dipahami sebagai bentuk praktik konsumsi yang tidak hanya berkaitan dengan pilihan tempat berkumpul, tetapi juga mencerminkan preferensi terhadap *coffee shop* tertentu yang dianggap memiliki nilai lebih di mata anak muda. *Coffee shop* dimanfaatkan sebagai medium untuk menampilkan status sosial sekaligus merepresentasikan gaya hidup modern. Penelitian ini menunjukkan bahwa budaya nongkrong memiliki hubungan yang erat dengan pola konsumerisme, karena pemilihan *coffee shop* tidak semata-mata didasarkan pada kualitas produk yang ditawarkan, melainkan juga pada citra, suasana, dan makna simbolik yang melekat pada tempat tersebut. Praktik nongkrong juga memperlihatkan orientasi konsumsi yang diarahkan pada kebutuhan akan pengakuan dan eksistensi diri. Selain itu, media sosial turut memperkuat citra *coffee shop* sebagai ruang pergaulan yang prestisius. Sehingga fenomena nongkrong di *coffee shop* dapat dipahami sebagai gejala sosial yang merefleksikan budaya konsumtif sekaligus proses pembentukan identitas sosial anak muda. Penelitian Zhafirah Farras Putri

¹⁶ Syafitri Asofia, 'Kongko Sebagai Gaya Hidup Anak Muda (Studi Aktivitas Kongko Pada Remaja Di Kafe Hitam Putih Kabupaten Kendal)', 2025.

mendukung pandangan bahwa *coffee shop* telah berkembang menjadi ruang sosial yang memiliki nilai simbolik dan menjadi bagian dari pembentukan citra diri anak muda. Namun demikian, penelitian ini masih cenderung menempatkan nongkrong terutama sebagai bentuk konsumerisme, sehingga belum sepenuhnya menjelaskan aspek pengalaman subjektif, kebutuhan interaksi, dan kebiasaan yang berulang dalam kehidupan sehari-hari.¹⁷

Penelitian kesebelas dilakukan oleh Widiawati, Idham Irwansyah Idrus, dan Mario di Watampone, Sulawesi Selatan, mengkaji fenomena nongkrong di *coffee shop* sebagai media ekspresi diri anak muda yang semakin berkembang seiring dengan penggunaan media sosial. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dalam analisisnya, penelitian ini menggunakan Teori Leisure Class dari Thorstein Veblen yang menjelaskan bahwa aktivitas konsumsi tidak hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga sebagai sarana memperoleh prestise dan pengakuan sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *coffee shop* telah menjadi ruang yang dianggap mampu merepresentasikan gaya hidup modern sehingga sering dimanfaatkan anak muda untuk membangun citra diri, menunjukkan eksistensi sosial, dan membentuk personal branding melalui unggahan di media sosial. Aktivitas nongkrong tidak lagi sekadar menjadi sarana berkumpul dan berinteraksi, tetapi juga menjadi praktik simbolik yang berkaitan dengan pencitraan diri dan status sosial. Temuan tersebut mendukung pandangan bahwa budaya nongkrong memiliki hubungan

¹⁷ Zhafirah Farras Putri, 'Konsumerisme Anak Muda Dalam Budaya Nongkrong (Studi Kasus Preferensi Café Di Jakarta Selatan)', 2020.

yang erat dengan pembentukan identitas sosial anak muda di era digital. Namun demikian, penelitian ini lebih banyak menyoroti aspek konsumsi dan pencitraan diri, sementara aktivitas nongkrong di *coffee shop* juga dapat dimaknai sebagai ruang produktif untuk belajar, berdiskusi, mengerjakan tugas, membangun jaringan pertemanan, serta memenuhi kebutuhan interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari.¹⁸

Penelitian kedua belas dilakukan oleh Andina dan Zulaikha menelaah praktik nongkrong di kafe di kalangan mahasiswa sebagai bagian dari gaya hidup anak muda perkotaan di kawasan Kayutangi, Banjarmasin. Dalam penelitian ini, aktivitas nongkrong tidak hanya dipahami sebagai cara mengisi waktu luang, tetapi juga sebagai wujud perilaku konsumtif yang lahir dalam konteks modernitas. Pemilihan kafe oleh mahasiswa tidak semata-mata didasarkan pada fasilitas yang tersedia, melainkan juga pada nilai sosial dan makna simbolik yang melekat pada ruang tersebut. Nongkrong di kafe kemudian dipandang sebagai cara untuk menegaskan eksistensi diri di ruang sosial, terlebih media sosial turut memengaruhi preferensi serta intensitas kunjungan mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa praktik konsumsi memiliki hubungan yang erat dengan proses pembentukan identitas sosial, sekaligus menjadikan budaya nongkrong sebagai sarana untuk menampilkan citra diri yang modern dan mengikuti tren. Dengan demikian, penelitian ini memperlihatkan bahwa nongkrong di kafe merupakan bagian dari konstruksi gaya hidup dan identitas sosial anak muda. Temuan tersebut didukung oleh berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa

¹⁸ Widiawati, Idham Irwansyah Idrus, and Mario, 'Perilaku Nongkrong Anak Muda Di Cafe (Studi Pada Pelanggan *Coffee shop* Kedai Rakyat Di Watampone)', *Predestination_Jurnal Of Society And Culture*, 5.1 (2023), 84–93.

coffee shop dan kafe telah berkembang tidak hanya sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai ruang sosial yang memungkinkan anak muda membangun identitas, memperluas jaringan pertemanan, serta memperoleh pengakuan sosial melalui interaksi langsung maupun aktivitas di media sosial. Namun, di samping fungsi simbolik tersebut, aktivitas nongkrong juga dapat dimaknai sebagai kebutuhan sosial yang berkaitan dengan kenyamanan, kebersamaan, dan ruang untuk melakukan berbagai aktivitas produktif, khususnya di kalangan mahasiswa.¹⁹

Penelitian ketigabelas dilakukan oleh Abdusshomad mengkaji praktik nongkrong di kafe sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat perkotaan di Tangerang. Dalam penelitian tersebut, aktivitas nongkrong dipahami sebagai fenomena sosial yang telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari masyarakat urban. Kafe tidak hanya dimanfaatkan sebagai tempat untuk bersantai dan menghabiskan waktu luang, tetapi juga menjadi ruang sosial yang mempertemukan berbagai individu dengan latar belakang yang beragam. Melalui interaksi yang berlangsung di dalamnya, terbentuk berbagai bentuk komunikasi sosial, termasuk praktik gosip yang berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial dalam masyarakat. Gosip tidak hanya dipahami sebagai aktivitas membicarakan orang lain, tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan nilai, norma, dan penilaian sosial yang berlaku dalam suatu kelompok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa interaksi yang terjadi di kafe berkontribusi terhadap proses pembentukan dan reproduksi norma sosial, sehingga kafe memiliki fungsi yang

¹⁹ Farah Andina and Siti Zulaikha, 'Nongkrong Di Kafe Sebagai Perilaku Konsumtif Mahasiswa', *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni (JISHS)*, 3.2 (2024), 831–38.

lebih luas daripada sekadar ruang rekreasi. Kehadiran kafe memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, pembentukan opini, serta penilaian sosial antarpengunjung yang pada akhirnya memengaruhi pola hubungan sosial dalam kehidupan perkotaan. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa kafe merupakan arena sosial yang penting dalam dinamika budaya masyarakat urban karena menjadi tempat berlangsungnya berbagai praktik sosial yang membentuk dan mempertahankan keteraturan sosial. Temuan tersebut mendukung pandangan bahwa aktivitas nongkrong tidak hanya berkaitan dengan konsumsi atau hiburan, tetapi juga memiliki fungsi sosial sebagai sarana interaksi, komunikasi, dan pembentukan relasi sosial. Namun demikian, penelitian ini lebih menitikberatkan pada aspek kontrol sosial melalui praktik gosip, sedangkan aktivitas nongkrong juga dapat dimaknai sebagai ruang untuk membangun pertemanan, berdiskusi, belajar, mengembangkan jaringan sosial, serta memperoleh kenyamanan dalam menjalankan berbagai aktivitas sehari-hari, khususnya di kalangan mahasiswa. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai makna subjektif yang melatarbelakangi kebiasaan nongkrong agar dapat memahami berbagai dimensi sosial yang terkandung di dalamnya.²⁰

Berdasarkan tinjauan pustaka di atas, terlihat bahwa sebagian besar penelitian terdahulu memfokuskan kajian pada makna nongkrong di *coffee shop* sebagai gaya hidup anak muda dengan menekankan aspek identitas sosial, perilaku konsumtif, fungsi ruang, serta pengaruh budaya populer dan media

²⁰ Alwazir Abdusshomad, 'Gaya Hidup Nongkrong Di Kafe Dan Perilaku Gosip Sebagai Kontrol Sosial', *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan Dan Keagamaan*, 16.1 (2021), 57–68 <<https://doi.org/10.37680/adabiya.v16i1.593>>.

sosial, baik pada konteks remaja maupun mahasiswa di berbagai kota. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut umumnya masih bersifat deskriptif dan berfokus pada ruang *coffee shop* sebagai tempat nongkrong, tanpa menggali secara mendalam bagaimana proses sosial, relasi kuasa, serta dinamika interaksi antarpelaku terbentuk dan direproduksi dalam praktik nongkrong sehari-hari.

Selain itu, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengkaji fenomena nongkrong di *coffee shop* dalam konteks kota dengan karakter budaya yang kuat seperti Yogyakarta, yang memiliki perpaduan antara budaya lokal, kota pelajar, dan industri kreatif. Penelitian sebelumnya juga cenderung melihat *coffee shop* sebagai ruang homogen, tanpa membedakan variasi tipe *coffee shop* dan latar belakang sosial ekonomi pengunjungnya. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengupas fenomena nongkrong di *coffee shop* yang mencerminkan pergeseran ruang interaksi sosial anak muda dari ruang publik tradisional (rumah, balai warga, atau lapangan) ke ruang komersial.

Secara sosiologis, hal ini penting untuk dikaji karena menunjukkan perubahan cara anak muda membangun relasi sosial, solidaritas kelompok, serta pola komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini akan membahas lebih mendalam dan kontekstual untuk mengungkap bagaimana nongkrong di *coffee shop* tidak hanya menjadi gaya hidup, tetapi juga menjadi arena pembentukan makna, identitas, dan relasi sosial anak muda dalam konteks sosial-budaya tertentu.

F. Landasan Teori

Fenomenologi merupakan pendekatan yang berupaya memahami realitas sosial berdasarkan pengalaman sadar individu yang mengalaminya secara langsung. Pendekatan ini berangkat dari pemikiran Edmund Husserl yang

menekankan pentingnya memahami fenomena sebagaimana fenomena tersebut hadir dalam kesadaran manusia. Dalam perkembangannya, Alfred Schutz mengadaptasi fenomenologi Husserl ke dalam kajian ilmu sosial dengan menjelaskan bagaimana individu membentuk dan memberikan makna terhadap realitas sosial yang mereka alami dalam kehidupan sehari-hari.²¹

Menurut Alfred Schutz, realitas sosial tidak dapat dipahami semata-mata sebagai fakta objektif yang berdiri sendiri, melainkan sebagai hasil konstruksi makna yang dibangun oleh individu melalui pengalaman dan interaksi sosial. Individu bertindak berdasarkan pemahaman subjektif yang dimilikinya terhadap dunia sosial di sekitarnya. Oleh karena itu, untuk memahami suatu tindakan sosial, peneliti perlu memahami makna yang diberikan oleh pelaku terhadap tindakan tersebut.²²

Dalam konteks penelitian mengenai praktik sosial nongkrong mahasiswa di Wilodi *Coffee* Yogyakarta, fenomenologi Schutz digunakan untuk mengungkap makna subjektif yang melatarbelakangi aktivitas nongkrong sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mahasiswa. Aktivitas tersebut tidak hanya dipahami sebagai kegiatan mengisi waktu luang, melainkan sebagai tindakan sosial yang memiliki tujuan, pengalaman, dan makna tertentu bagi para pelakunya.

1. Konsep Dunia Kehidupan (*Life World*)

Konsep utama dalam fenomenologi Schutz adalah *life world* atau dunia kehidupan. Dunia kehidupan merupakan dunia keseharian yang dialami individu secara langsung dan dianggap sebagai realitas yang nyata. Dunia kehidupan menjadi dasar bagi individu dalam memahami, menafsirkan, dan bertindak terhadap lingkungan sosialnya.²³

²¹ Alfred Schutz, *The Phenomenology of the Social World*, diterjemahkan oleh George Walsh dan Frederick Lehnert (Evanston: Northwestern University Press, 1967), hlm. 3–11.

²² Alfred Schutz, *Collected Papers I: The Problem of Social Reality* (The Hague: Martinus Nijhoff, 1962), hlm. 59–67.

²³ Alfred Schutz dan Thomas Luckmann, *The Structures of the Life-World* (London: Heinemann, 1974), hlm. 3–21.

Schutz menjelaskan bahwa manusia hidup dalam suatu realitas yang telah dipenuhi oleh berbagai makna, norma, dan nilai yang diwariskan melalui proses sosial. Dalam dunia kehidupan tersebut, individu menjalankan aktivitas sehari-hari tanpa selalu mempertanyakan dasar keberadaan realitas yang mereka hadapi. Bagi mahasiswa, aktivitas nongkrong di kafe dapat dipandang sebagai bagian dari dunia kehidupan yang dianggap wajar dan menjadi rutinitas sosial dalam kehidupan kampus.

Melalui konsep dunia kehidupan, penelitian ini berupaya memahami bagaimana mahasiswa memaknai aktivitas nongkrong sebagai bagian dari pengalaman keseharian mereka, serta bagaimana praktik tersebut menjadi sesuatu yang dianggap normal dalam kehidupan sosial mahasiswa.

2. Intersubjektivitas

Konsep intersubjektivitas merujuk pada kemampuan individu untuk berbagi pemahaman dan makna dengan individu lain dalam kehidupan sosial. Menurut Schutz, kehidupan sosial hanya dapat berlangsung karena adanya kesepahaman makna yang dibangun bersama oleh anggota masyarakat.²⁴

Intersubjektivitas memungkinkan seseorang memahami tindakan orang lain dan menyesuaikan perilakunya berdasarkan pemahaman tersebut. Dalam praktik nongkrong mahasiswa, makna mengenai kafe sebagai tempat berkumpul, berdiskusi, atau menjalin relasi sosial tidak terbentuk secara individual, melainkan melalui proses interaksi yang berlangsung secara terus-menerus di antara para mahasiswa.

Dengan demikian, aktivitas nongkrong dapat dipahami sebagai ruang interaksi sosial yang memungkinkan terbentuknya kesamaan makna mengenai fungsi dan tujuan keberadaan suatu tempat dalam kehidupan mahasiswa.

²⁴ Ibid., hlm. 18–26.

3. *Stock of knowledge* (Persediaan Pengetahuan)

Schutz menjelaskan bahwa setiap individu memiliki *stock of knowledge* atau persediaan pengetahuan yang diperoleh melalui pengalaman hidup, pendidikan, budaya, dan interaksi sosial. Persediaan pengetahuan tersebut menjadi dasar bagi individu dalam menafsirkan berbagai situasi sosial yang dihadapinya.²⁵

Pengetahuan yang dimiliki seseorang akan memengaruhi cara individu memahami suatu tindakan dan menentukan respons terhadap situasi tertentu. Dalam penelitian ini, mahasiswa memiliki pengetahuan yang terbentuk melalui pengalaman akademik maupun sosial yang membuat mereka memahami bahwa aktivitas nongkrong dapat berfungsi sebagai sarana diskusi, membangun jaringan pertemanan, ataupun sebagai media relaksasi setelah menjalani aktivitas perkuliahan. Oleh karena itu, pemaknaan mahasiswa terhadap praktik nongkrong tidak dapat dilepaskan dari pengalaman dan pengetahuan yang telah mereka akumulasi selama menjalani kehidupan sebagai mahasiswa.

4. Tipifikasi (Typification)

Tipifikasi merupakan proses pengelompokan pengalaman sosial ke dalam kategori-kategori tertentu yang memudahkan individu memahami realitas sosial. Menurut Schutz, manusia menggunakan tipifikasi untuk menyederhanakan dunia sosial yang kompleks sehingga dapat dipahami dan dijalani secara efektif.²⁶

Dalam kehidupan sehari-hari, individu cenderung memberikan kategori tertentu terhadap orang, tempat, maupun aktivitas yang mereka temui. Misalnya, kafe ditipifikasikan sebagai tempat berkumpul, berdiskusi, atau bersantai bagi mahasiswa. Tipifikasi tersebut memengaruhi cara individu bertindak dan berinteraksi dalam lingkungan sosialnya.

²⁵ Schutz, *Collected Papers I: The Problem of Social Reality*, hlm. 74–78.

²⁶ Schutz, *The Phenomenology of the Social World*, hlm. 137–163.

Melalui konsep ini, penelitian dapat menjelaskan bagaimana mahasiswa membangun pemahaman kolektif mengenai aktivitas nongkrong dan bagaimana pemahaman tersebut mendorong terbentuknya kebiasaan sosial dalam kehidupan kampus.

5. Motif Tindakan Sosial

Kontribusi penting Schutz dalam memahami tindakan sosial adalah pembedaan antara dua jenis motif tindakan, yaitu *because motives* dan *in-order-to motives*.²⁷

a. *Because Motives* (Motif Karena)

Because motives merupakan motif yang berorientasi pada masa lalu. Motif ini menjelaskan tindakan seseorang berdasarkan pengalaman atau kondisi yang telah dialami sebelumnya. Dalam penelitian ini, mahasiswa mungkin melakukan aktivitas nongkrong karena pengalaman sosial yang telah mereka alami, seperti kebiasaan berkumpul bersama teman, pengalaman berorganisasi, atau budaya pergaulan yang berkembang di lingkungan kampus.

b. *In-Order-To Motives* (Motif Untuk)

In-order-to motives merupakan motif yang berorientasi pada masa depan, yaitu tujuan yang ingin dicapai melalui suatu tindakan. Aktivitas nongkrong dapat dilakukan mahasiswa dengan berbagai tujuan, seperti memperluas relasi sosial, berdiskusi mengenai tugas kuliah, mencari suasana belajar yang nyaman, atau mengurangi tekanan akademik. Dengan demikian, praktik nongkrong tidak hanya dipahami sebagai aktivitas spontan, tetapi sebagai tindakan sosial yang memiliki tujuan tertentu. Dalam penelitian fenomenologi Schutz, kedua motif tersebut menjadi instrumen penting untuk memahami makna subjektif yang mendasari tindakan sosial individu.

²⁷ Ibid., hlm. 86–96.

Teori fenomenologi Alfred Schutz relevan digunakan dalam penelitian ini karena mampu menjelaskan makna subjektif yang diberikan mahasiswa terhadap praktik sosial nongkrong sebagai habit dalam kehidupan sehari-hari. Fokus penelitian tidak terletak pada frekuensi atau intensitas aktivitas nongkrong, melainkan pada pengalaman dan pemaknaan yang dibangun oleh mahasiswa terhadap aktivitas tersebut.

Melalui konsep dunia kehidupan, intersubjektivitas, stock of knowledge, tipifikasi, serta motif tindakan sosial, penelitian dapat mengungkap bagaimana praktik nongkrong dipahami sebagai bagian dari rutinitas sosial mahasiswa. Selain itu, teori ini juga memungkinkan peneliti mengidentifikasi berbagai motif yang melatarbelakangi aktivitas nongkrong sehingga dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena tersebut.

G. Metodologi Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan serta kegunaan tertentu.²⁸ Dalam sebuah penelitian diperlukan sebuah metode agar hasil dari penelitian yang didapat tersebut mempunyai kualitas yang bisa dipertanggungjawabkan.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode penelitian fenomenologi. Studi fenomenologi merupakan studi yang berusaha mencari "esensi" makna dari suatu fenomena yang dialami oleh beberapa individu. Untuk menerapkan riset fenomenologis, peneliti bisa memilih antara yang pertama berfokus untuk "menafsirkan" teks-teks kehidupan dan pengalaman hidup atau yang kedua di mana

²⁸ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV. ALFABETA, 2014).

peneliti berusaha meneliti suatu fenomena dengan mengesampingkan prasangka tentang fenomena tersebut).²⁹ Prosedur yang paling dikenal adalah *epoche* (pengurangan), yaitu tahapan ketika peneliti menanggukkan atau mengesampingkan pengetahuan serta pengalaman pribadinya agar dapat memahami pengalaman partisipan secara lebih mendalam. Analisis data kemudian dilakukan melalui *horizontalisasi*, yakni upaya peneliti menelaah seluruh data dengan memberi perhatian yang setara pada pernyataan-pernyataan penting dari partisipan guna membangun pemahaman awal tentang fenomena yang diteliti.³⁰

Studi fenomenologi bertujuan untuk mendapatkan pengetahuan yang lebih baik tentang realitas.³¹ Karena pengalaman manusia dikaji melalui uraian yang komprehensif mengenai individu yang diteliti, penelitian fenomenologi termasuk dalam pendekatan kualitatif. Pengalaman seseorang dibentuk oleh pengetahuan yang bersumber dari lingkungan sekitarnya, seperti persepsi, kepercayaan, pemikiran, nilai, dan sikap yang dimiliki. Pengalaman - pengalaman ini digunakan untuk menganalisis peristiwa, memahami maksud dan motif orang, mencapai pemahaman topik, dan mengoordinasikan tindakan. Jadi, fokus penelitian fenomenologi adalah pada esensi pengalaman, bagaimana suatu fenomena dihayati oleh individu atau kelompok.³²

²⁹ Saifuddin Zuhri Qudsy, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih Di Antara Lima Pendekatan (EDISI KE-3)*, 2015, xciv.

³⁰ Qudsy, xciv.

³¹ Abdul Nasir and others, 'Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif', *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3.5 (2016), 4445–51.

³² Yasukma Amanda and Meyniar Albina, 'Model-Model Penelitian Kualitatif', *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 3 (2025), 135–40.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan *coffee shop* Wilodi *Coffee* yang berlokasi di jalan I Dewa Nyoman Oka no. 24, Kotabaru, kec. Gondokusuman, kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta (55224).

3. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah informan yang digunakan untuk memperoleh data yang relevan dengan isu yang dibahas. Dengan menggunakan jenis penelitian fenomenologis, maka subjek penelitian otomatis adalah informan yang benar-benar mempunyai kemampuan berdasarkan pengalaman mereka dan dapat mengomunikasikan pengalaman dan perspektif mereka mengenai topik yang dibahas.³³ Dalam penelitian kali ini yang menjadi subjek penelitian adalah kelompok mahasiswa pelanggan Wilodi *Coffee*, Kotabaru, kec. Gondokusuman, kota Yogyakarta yang terdiri dari enam individu yang tergabung kedalam sebuah *circle* ngopi dengan teknik sampling menggunakan quota sampling untuk menetapkan jumlah informan secara tetap berdasarkan kriteria tertentu (kriteria: kelompok mahasiswa aktif laki-laki dan perempuan, melakukan aktivitas nongkrong minimal tiga kali dalam seminggu) untuk memastikan informan tersebut dapat mewakili keragaman yang ada.

³³ Nasir and others.

4. Objek Penelitian

Objek penelitian kali ini adalah fenomena nongkrong di *coffee shop* sebagai habit anak muda yang nongkrong di Wilodi *Coffee*, Kotabaru, kec. Gondokusuman, kota Yogyakarta. Gaya hidup anak muda mencakup interaksi sosial, penggunaan media sosial, dan preferensi tempat. Dan bagaimana industri *coffee shop* semakin masif dalam membentuk praktik sosial bagian dari gaya hidup dan budaya konsumtif.

5. Sumber Data

Sumber data merupakan instrumen penting dalam penelitian karena berkaitan dengan perolehan data. Adapun sumber data sebagai berikut :

a. Data Primer

Sumber data primer merupakan data yang langsung diperoleh dari pemberi data kepada pengumpul data. Sumber primer diperoleh melalui observasi serta wawancara mendalam terhadap objek penelitian, dalam hal ini yakni mengenai alasan mengapa anak muda menjadikan nongkrong di *coffee shop* sebagai gaya hidup. Sumber data yang telah didapat dan dikumpulkan oleh peneliti berupa data verbal, observasi behavioral, dan material.

b. Data Sekunder

Merupakan data pendukung dari data primer untuk memperkuat hasil data dan tambahan informasi. Data sekunder diperoleh dari jurnal, buku, skripsi, website, dan tulisan ilmiah lain yang relevan dengan isu yang dibahas.

6. Teknik Pengumpulan Data

Ada empat prosedur pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif-deskriptif dengan metode penelitian fenomenologi yakni observasi, wawancara, dokumen, dan audio visual.³⁴ Berikut penjelasan masing-masing poin secara ringkas dan jelas :

- a. Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung fenomena yang diteliti. Dalam penelitian fenomenologi, posisi peneliti dapat bervariasi, mulai dari nonpartisipan (peneliti hanya mengamati tanpa terlibat) hingga partisipan (peneliti ikut terlibat dalam aktivitas subjek) untuk memahami pengalaman yang dialami partisipan secara mendalam.
- b. Wawancara digunakan untuk menggali makna pengalaman subjektif partisipan. Bentuk wawancara dapat berupa semi-terstruktur, yaitu menggunakan pedoman pertanyaan, hingga wawancara terbuka yang memberi kebebasan kepada partisipan untuk menceritakan pengalamannya secara luas dan mendalam.
- c. Dokumen merupakan sumber data tertulis yang dapat berasal dari arsip pribadi maupun dokumen publik. Dokumen digunakan untuk melengkapi dan memperkuat data hasil observasi dan wawancara, serta memberikan konteks terhadap fenomena yang diteliti.
- d. Bahan audio-visual meliputi foto, rekaman suara, dan video yang merekam aktivitas atau peristiwa terkait penelitian. Data

³⁴ Nasir and others.

ini membantu peneliti menangkap detail situasi dan ekspresi partisipan yang mungkin tidak sepenuhnya tergambar melalui data tertulis.

7. Teknik Analisis Data

Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan dalam metode penelitian fenomenologi menurut Creswell (1988) :

1. Pada tahap awal peneliti mendeskripsikan pengalamannya secara menyeluruh dari hasil wawancara mendalam dengan subjek penelitian kedalam bahasa tulisan.
2. Tahap kedua dimulai dengan horisontalisasi data yakni peneliti mencatat, mendata, dan melaporkan pernyataan-pernyataan penting yang relevan dengan topik penelitian. Dalam tahap ini peneliti tidak boleh mencampurkan unsur subjektivitasnya harus menunggu menemukan poin-poin penting dari hasil wawancara untuk melakukan penilaian.
3. Tahap ketiga, peneliti mengelompokkan data dari pernyataan-pernyataan yang tumpang tindih kedalam unit-unit kelompok data (*meaning unit*) agar selaras. Tahap ini peneliti diharuskan merinci kelompok data dan menulisnya kedalam sebuah penjelasan teks (deskripsi tekstural).
4. Tahap keempat, peneliti merefleksikan pemikirannya menggunakan variasi imajinasi atau deskripsi struktural untuk mencari hasil dari keseluruhan makna dengan mempertimbangkan kerangka rujukan dari

fenomena dan mengkonstruksikan tentang bagaimana gejala tersebut dialami.

5. Tahap kelima, deskripsi esensi yakni tahap peneliti membangun (mengkonstruksi) deskripsi secara menyeluruh mengenai makna (esensi) pengalaman para subjek.³⁵

H. Sistematika Penelitian

Pada dasarnya sistematika penulisan berisi daftar sub bab yang memaparkan topik ini. Dimana antar sub bab yang saling berkesinambungan dari pendahuluan hingga penutup. Berikut sistematika penulisan yang dikaji :

Bab I Pendahuluan menguraikan latar belakang penelitian yang menjelaskan fenomena nongkrong di *coffee shop* sebagai gaya hidup anak muda, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab II berisi gambaran umum lokasi penelitian yang meliputi karakteristik *coffee shop* yang menjadi objek penelitian, serta profil informan atau subjek penelitian yang terlibat dalam fenomena nongkrong di *coffee shop*.

Bab III menyajikan temuan penelitian berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pembahasan difokuskan pada pengalaman mahasiswa dalam aktivitas nongkrong, alasan memilih Wilodi *Coffee*, interaksi sosial yang terjalin, serta makna nongkrong dalam kehidupan sehari-hari.

Bab IV berisi analisis hasil penelitian menggunakan teori fenomenologi Alfred Schutz melalui konsep dunia kehidupan (*life world*), intersubjektivitas,

³⁵ Basri Bado, *Model Pendekatan Kualitatif: Telaah Dalam Metode Penelitian Ilmiah*, ed. by Tahta Media, 1st edn (Klaten: Tahta Media Grup, 2022).

stock of knowledge, tipifikasi, serta motif tindakan (*because motives* dan *in-order-to motives*) untuk memahami makna nongkrong sebagai habit mahasiswa.

Bab V memuat kesimpulan yang disusun berdasarkan hasil penelitian dan analisis fenomenologis mengenai praktik sosial nongkrong di *Wilodi Coffee*. Selain itu, bab ini juga berisi saran yang ditujukan kepada pihak terkait serta rekomendasi bagi penelitian selanjutnya.



BAB 5 PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai makna aktivitas nongkrong mahasiswa di Wilodi *Coffee* menggunakan perspektif fenomenologi sosial Alfred Schutz, dapat disimpulkan bahwa aktivitas nongkrong telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mahasiswa yang tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan mengisi waktu luang, tetapi juga memiliki makna sosial, akademik, dan psikologis yang penting dalam kehidupan mereka.

Aktivitas nongkrong di Wilodi *Coffee* dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti berinteraksi dengan teman sebaya, berdiskusi mengenai tugas dan organisasi, mengerjakan pekerjaan akademik, menikmati makanan dan minuman, serta melakukan aktivitas relaksasi untuk mengurangi kejenuhan akibat rutinitas perkuliahan. Beragam aktivitas tersebut menunjukkan bahwa *coffee shop* tidak lagi dipahami hanya sebagai tempat konsumsi, melainkan telah berkembang menjadi ruang sosial yang mampu mengakomodasi berbagai kebutuhan mahasiswa.

Pemilihan Wilodi *Coffee* sebagai tempat nongkrong dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu kenyamanan tempat, ketersediaan fasilitas yang mendukung aktivitas mahasiswa, suasana yang santai, pelayanan yang ramah, serta pengaruh lingkungan pertemanan. Faktor-faktor tersebut membentuk pengalaman positif yang mendorong mahasiswa untuk terus mengunjungi dan menjadikan Wilodi *Coffee* sebagai salah satu tempat yang rutin digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa aktivitas nongkrong menjadi sarana penting dalam membangun interaksi sosial di kalangan mahasiswa. Melalui aktivitas tersebut, mahasiswa dapat mempererat hubungan pertemanan, membangun rasa kebersamaan, bertukar informasi, memperluas relasi sosial, serta membentuk jaringan pertemanan baru. Interaksi yang berlangsung secara berulang menciptakan pemahaman bersama mengenai makna nongkrong sebagai aktivitas sosial yang bernilai positif bagi kehidupan mahasiswa.

Berdasarkan perspektif fenomenologi sosial Alfred Schutz, aktivitas nongkrong dimaknai mahasiswa sebagai praktik sosial yang terbentuk melalui pengalaman hidup sehari-hari. Pengalaman berinteraksi dengan teman, memperoleh kenyamanan, serta merasakan manfaat sosial dan psikologis dari aktivitas nongkrong membentuk *stock of knowledge* yang kemudian digunakan mahasiswa dalam memahami dan memaknai *coffee shop* sebagai ruang sosial. Dari pengalaman tersebut muncul tipifikasi bahwa *coffee shop* merupakan ruang pertemanan, ruang diskusi, ruang rekreasi, dan bagian dari kehidupan mahasiswa modern.

Motif tindakan mahasiswa dalam melakukan aktivitas nongkrong terdiri atas *because motives* dan *in-order-to motives*. *Because motives* muncul dari pengalaman masa lalu, seperti ajakan teman, pengalaman positif saat nongkrong, serta kebutuhan untuk mengurangi kejenuhan akibat aktivitas akademik. Sementara itu, *in-order-to motives* berkaitan dengan tujuan yang ingin dicapai mahasiswa, seperti mempererat

hubungan sosial, memperoleh kenyamanan, memperluas relasi, mengerjakan tugas, bertukar informasi, dan melakukan relaksasi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa nongkrong di Wilodi *Coffee* bukan sekadar aktivitas rekreatif, melainkan sebuah praktik sosial yang memiliki makna subjektif bagi mahasiswa. Aktivitas tersebut telah menjadi bagian dari habit yang terbentuk melalui pengalaman sosial yang berlangsung secara terus-menerus, sehingga nongkrong dipahami sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan sosial, akademik, dan psikologis dalam kehidupan mahasiswa.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan aktivitas nongkrong secara lebih positif dengan menjadikannya sebagai sarana untuk membangun relasi sosial, bertukar informasi, berdiskusi mengenai kegiatan akademik, serta mengembangkan kemampuan komunikasi. Selain itu, mahasiswa juga perlu menjaga keseimbangan antara aktivitas nongkrong dan tanggung jawab akademik agar kegiatan tersebut tidak mengganggu proses perkuliahan.

2. Bagi Pengelola Wilodi *Coffee*

Pengelola Wilodi *Coffee* diharapkan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, kenyamanan tempat, serta fasilitas yang mendukung kebutuhan mahasiswa. Penyediaan ruang diskusi yang

nyaman, akses internet yang memadai, dan suasana yang kondusif dapat menjadi nilai tambah yang memperkuat fungsi *coffee shop* sebagai ruang sosial dan ruang produktif bagi mahasiswa.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada pengalaman mahasiswa yang melakukan aktivitas nongkrong di satu *coffee shop*, yaitu Wilodi Coffee. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian dengan melibatkan lokasi penelitian yang lebih luas, informan yang lebih beragam, atau menggunakan pendekatan teoritis lain untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai budaya nongkrong, *coffee shop*, dan kehidupan sosial mahasiswa di era modern.

Kesimpulan tersebut sudah disusun berdasarkan temuan utama penelitian dan dihubungkan dengan konsep-konsep Alfred Schutz (*life world*, *stock of knowledge*, tipifikasi, dan motif tindakan), sehingga lebih sesuai dengan karakter penelitian fenomenologi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdusshomad, Alwazir, 'Gaya Hidup Nongkrong Di Kafe Dan Perilaku Gosip Sebagai Kontrol Sosial', *Al-Adabiya: Jurnal Kebudayaan Dan Keagamaan*, 16.1 (2021), 57–68 <<https://doi.org/10.37680/adabiya.v16i1.593>>
- Agustiarmaputri, Shabihah, 'Estetika, Simulakra, Dan Konsumsi Gaya Hidup: Studi Tentang Praktik Sosial Dalam Ruang Representasi Kedai “Ada Apa Dengan Kopi” Pada Gen-Z', *Jurnal Sosiologi Dialektika*, 20.2 (2025), 173–85
- Ahmad, Akhir Hsb, 'Lifestyle of Teenagers Hanging Out at Bagasta Cafe (Descriptive Study of Napa Village , Batang Torung District , South Tapanuli)', *Journal of Sumatera Sociological Indicators*, 02.01 (2023), 158–60
- Alfred Schutz. *Collected Papers I: The Problem of Social Reality*. The Hague: Martinus Nijhoff, 1962.
- Alfred Schutz. *The Phenomenology of the Social World*. Evanston: Northwestern University Press, 1967.
- Alfred Schutz dan Thomas Luckmann. *The Structures of the Life-World*. London: Heinemann, 1974.
- Amanda, Yasukma, and Meyniar Albina, 'Model-Model Penelitian Kualitatif', *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 3 (2025), 135–40
- Andina, Farah, and Siti Zulaikha, 'Nongkrong Di Kafe Sebagai Perilaku Konsumtif Mahasiswa', *Jurnal Ilmu Sosial, Humaniora Dan Seni (JISHS)*, 3.2 (2024), 831–38
- Arisanti, Petty, 'Tren Gaya Hidup Milenial, Identitas Sosial Dan Desain *Coffee*

- Shop Petty Arisanti*’, *Jurnal Manajemen Bisnis*, 18.4 (2021), 579–90
- Asofia, Syafitri, ‘Kongko Sebagai Gaya Hidup Anak Muda (Studi Aktivitas Kongko Pada Remaja Di Kafe Hitam Putih Kabupaten Kendal)’, 2025
- Bado, Basri, *Model Pendekatan Kualitatif: Telaah Dalam Metode Penelitian Ilmiah*, ed. by Tahta Media, 1st edn (Klaten: Tahta Media Grup, 2022)
- Darmawan, Devy Purwanti, Faiz Yassar Hakim, and Khaerudin Imawan, ‘*Coffee shop* Alternative Space for Expression Through Popular Culture Among Teenagers on the Outskirts of Cirebon’, *Interdisciplinary Social Studies*, 4.3 (2025), 189–97
- Fajarni, Suci, ‘Eating Out Sebagai Gaya Hidup (Studi Kasus Fenomena Remaja Kota Banda Aceh Di Restoran Canai Mamak KL)’, *Aceh Anrhropological Jurnal*, 3.1 (2019), 21–41
- Gunawan, Indra, ‘Kajian Gaya Hidup Anak Muda (Studi Kasus Pada *Coffee shop* “UD MITRA” Di Sleman, Yogyakarta)’, 32.1 (2017), 1–30
- Hapsari, Zhaqiya Rizqy, and Atika Wijaya, ‘*Coffee shop* Dan Gaya Hidup Mahasiswa Perkotaan’, 2.1 (2024), 1–15
- Hasyim, Abidah, Cut Ita Zahara, and Rahma Dewi, ‘Gambaran Gaya Hidup Pada Remaja Yang Nongkrong Di Cafe’, *INSIGHT: Jurnal Penelitian Psikologi*, 1.4 (2023), 706–12
- Herlyana, Elly, ‘Fenomena *Coffee shop* Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda’, *Thaqafiyat*, 13.1 (2012)
- Ima, Estika, ‘Gaya Hidup Remaja Kota (Studi Tentang Pengunjung Kafe Di

- Pekanbaru)', *JOM FISIP*, 4.1 (2017), 1–15
- Jaya, Steven, 'Studi Fenomena Gaya Baru Kaum Muda Yang Gemar Mengunjungi *Coffee shop* Di Kota Yogyakarta' (Universitas Mercu Buana Yogyakarta, 2023)
- Kusumawati, A, and Y Priyanti, '*Coffee shop* Culture and Young People in Yogyakarta, Indonesia: An Exploratory Study', *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 2.(2) (2018), 60–73
- Marbawani, Ganistria, and Grendi Hendrastomo, 'Pemaknaan Nongkrong Bagi Mahasiswa Yogyakarta', *DIMENSIA: Jurnal Kajian Sosiologi*, 9.1 (2021), 1–16 <<https://doi.org/10.21831/dimensia.v9i1.38866>>
- Nasir, Abdul, Nurjana, Khaf Shah, Rusdy Abdullah Sirodj, and M Win Afgani, 'Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif', *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3.5 (2016), 4445–51
- Putri, Zhafirah Farras, 'Konsumerisme Anak Muda Dalam Budaya Nongkrong (Studi Kasus Preferensi Café Di Jakarta Selatan)', 2020
- Qudsy, Saifuddin Zuhri, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset Memilih Di Antara Lima Pendekatan (EDISI KE-3)*, 2015, XCIV
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: CV. ALFABETA, 2014)
- Widiawati, Idham Irwansyah Idrus, and Mario, 'Perilaku Nongkrong Anak Muda Di Cafe (Studi Pada Pelanggan *Coffee shop* Kedai Rakyat Di Watampone)', *Predestination_Jurnal Of Society And Culture*, 5.1 (2023), 84–93
- 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), 2021*

