

**MASYARAKAT KONSUMSI JEAN BAUDRILLARD: AKTIVITAS
NGOPI SEBAGAI GAYA HIDUP MASYARAKAT KONSUMSI *COFFEE*
SHOP SIDOARJO DALAM TINJAUAN PERTUKARAN SIMBOLIK**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya untuk
Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Sosial (S.Sos) dalam Bidang Sosiologi**



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

Oleh:

**KHOIROTUL FARIDAH
NIM: I03218011**

PROGRAM STUDI SOSIOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

MARET 2022

PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrohmanirrahim

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Khoirotul Faridah

NIM : I03218011

Program Studi : Sosiologi

Yang berjudul : **Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard: Aktivitas Ngopi Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Konsumsi *Coffee Shop* Sidoarjo Dalam Tinjauan Pertukaran Simbolik**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan pada lembaga pendidik mana pun untuk mendapatkan gelar akademik apa pun.
2. Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan plagiasi atas karya orang lain.
3. Apabila skripsi ini dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan sebagai hasil plagiasi, saya bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 03 Februari 2022

Yang menyatakan



Khoirotul Faridah
NIM: I03218011

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi yang ditulis oleh:

Nama : Khoirotul Faridah

NIM : I03218011

Program Studi : Sosiologi

Yang berjudul: **Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard: Aktivitas Ngopi Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Konsumsi *Coffee Shop* Sidoarjo Dalam Tinjauan Pertukaran Simbolik**, saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah diperbaiki dan dapat diujikan dalam rangka memperoleh gelar sarjana Ilmu Sosial dalam bidang Sosiologi.

Sidoarjo, 26 Februari 2022

Pembimbing



Dr. Iva Yulianti Umdatul Izzah, S. Sos., M. Si
NIP. 197607182008012022

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Khoirotul Faridah dengan judul: “Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard: Aktivitas Ngopi Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Konsumsi *Coffee Shop* Sidoarjo Dalam Tinjauan Pertukaran Simbolik” telah dipertahankan dan dinyatakan lulus di depan Tim Penguji Skripsi pada tanggal 4 Maret 2022.

TIM PENGUJI SKRIPSI

Penguji I

Dr. Iva Yulianti Umdatul Izzah, M.Si
NIP. 197607182008012022

Penguji II

Dr. H. Muhammad Shodiq, M.Si
NIP. 197504232005011002

Penguji III

Prof. Dr. Hj. Rr. Suhartini, M.Si
NIP. 195801131982032001

Penguji IV

Husnu Muttaqin, S.Sos, M.S.I.
NIP. 197801202006041003

Surabaya, 04 Maret 2022

Mengesahkan,
Universitas Islam negeri Sunan Ampel Surabaya
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dekan



Prof. Akh. Muzakki, M.Ag Grad. Dip. SEA., M.Phil., Ph.D
NIP. 197402091998031002



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Khoirotul Faridah
NIM : I03218011
Fakultas/Jurusan : FISIP/Sosiologi
E-mail address : khoirotul2@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul: Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard: Aktivitas Ngopi Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Konsumsi *Coffee Shop* Sidoarjo Dalam Tinjauan Pertukaran Simbolik

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis anpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Februari 2022

(Khoirotul Faridah)

ABSTRAK

Khoirotul Faridah, 2022, Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard: Aktivitas Ngopi Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Konsumsi *Coffee Shop* Sidoarjo Dalam Tinjauan Pertukaran Simbolik, Skripsi Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kemajuan era modern membawa perubahan yang besar kepada masyarakat. Salah satunya adalah kecenderungan masyarakat yang semakin gemar menghabiskan waktu dan berperilaku konsumtif. Konsumerisme mengubah pola pikir dan pola perilaku masyarakat sebagai gaya hidupnya. Salah satu penyebab banyaknya kedai kopi di Sidoarjo adalah pola konsumsi terhadap kopi yang terhitung tinggi. Akibatnya keberadaan *Coffee Shop* dapat ditemukan sampai di daerah pinggiran kota yang di kemas secara berbeda-beda seperti adanya iringan musik, desain tempat atau tema unik, harga terjangkau dan variasi menu dari yang tradisional hingga modern menjadi daya tarik tersendiri. Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang digunakan adalah jenis kualitatif melalui pendekatan deskriptif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan ialah observasi, wawancara dan dokumentasi.

Dari hasil penelitian memperlihatkan bahwa gaya hidup masyarakat Sidoarjo terbentuk dari adanya proses interaksi sosial antar individu dan lingkungan. Gaya hidup yang mencerminkan pola hidup seseorang dapat diketahui dalam tiga hal yaitu kegiatan (*activity*), minat (*interest*) dan pendapat (*opinion*). Dari tiga hal tersebut setiap individu di dunia memiliki keunikan dan karakteristik yang berbeda dalam mengendalikan kehidupannya. Masyarakat dengan praktik konsumsi ialah kunci dasar dari gagasan Baudrillard untuk menunjukkan gejala konsumerisme yang sangat luar biasa. Serta memiliki makna dan nilai simbolik yang dipertukarkan dalam aktivitas ngopi yakni masyarakat mendapatkan keuntungan berupa kenyamanan dari suasana dan fasilitas yang disediakan *Coffee Shop*. Sehingga tidak menutup kemungkinan apabila *Coffee Shop* Sidoarjo dapat memberikan pengaruh yang positif dan negatif.

Kata kunci: Aktivitas Ngopi, Gaya Hidup, Masyarakat Konsumsi.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN PENULISAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Konseptual.....	9
F. Sistematika Pembahasan.....	11
BAB II GAYA HIDUP DALAM TINJAUAN TEORI MASYARAKAT	
KONSUMSI SIMBOLIK JEAN BAUDRILLARD	14
A. Penelitian Terdahulu	14
B. Gaya Hidup.....	22
C. Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard	31
1. Bentuk Aktivitas Ngopi.....	31
2. Konsep Pertukaran Simbolik.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Jenis Penelitian.....	42
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	43
C. Subjek Penelitian	44
D. Tahap-tahap Penelitian	45

E. Teknik Pengumpulan Data	46
F. Teknik Analisis Data	49
G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	50
BAB IV AKTIVITAS NGOPI SEBAGAI GAYA HIDUP MASYARAKAT	
KONSUMSI <i>COFFEE SHOP</i> SIDOARJO	51
A. Gambaran Umum Tempat Penelitian	51
B. Gaya Hidup Masyarakat Konsumsi <i>Coffee Shop</i> Sidoarjo	65
C. Nilai Simbolik Aktivitas Ngopi dalam Pandangan Jean	
Baudrillard	82
BAB V PENUTUP	86
A. Kesimpulan	86
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	92



 UIN SUNAN AMPEL
 S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

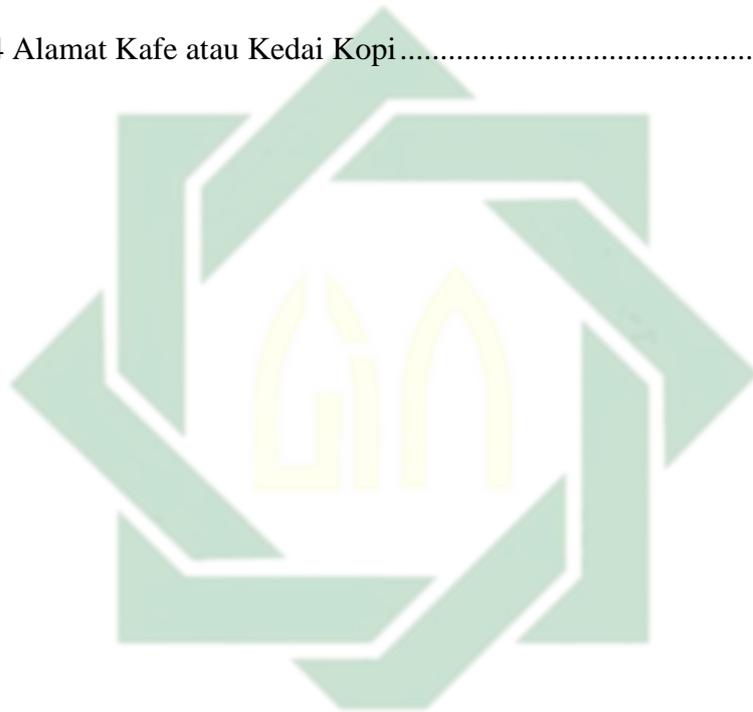
Gambar Skema 2.1 Kerangka Berpikir	32
Gambar 4.1 Diagram Luas Wilayah Kecamatan di Kabupaten Sidoarjo....	48
Gambar 4.2 Ketinggian Tempat di Kabupaten Sidoarjo	50
Gambar 4.3 Kafe Labudda	56
Gambar 4.4 Kedai Tepi Teras	62
Gambar 4.5 Kafe Pinilih	63



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Deskripsi Subjek Penelitian	44
Tabel 4.1 Luas Masing-masing Kecamatan di Kabupaten Sidoarjo	48
Tabel 4.2 Ketinggian Tempat di Kabupaten Sidoarjo.....	49
Tabel 4.3 Jumlah dan Kepadatan Penduduk di Kabupaten Sidoarjo	51
Tabel 4.4 Alamat Kafe atau Kedai Kopi.....	56



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada perkembangan dekade ini, perubahan terjadi secara terus menerus membawa manusia pada kebutuhan-kebutuhan baru. Terutama sebagai tuntutan dan tantangan di era modern. Tidak dapat dipungkiri ruang lingkup modernisasi yang besar menjadi sulit untuk dibatasi. Akibatnya pola hidup masyarakat mengalami perubahan seperti mengikuti tren dan mengimbangnya dengan kecanggihan teknologi. Modernisasi sangat berpengaruh dalam kehidupan masyarakat sehingga memicu kebutuhan hidup yang beragam. Tidak hanya itu, modernisasi juga membawa kemajuan pada disiplin ilmu pengetahuan, sosial, teknologi, ekonomi hingga budaya. Proses adaptasi mengarah pada perubahan yang melewati tahap demi tahap mendorong manusia agar berpikir dan bertindak secara modern dan global. Masyarakat era modern pun digiring untuk menjadi masyarakat yang serba instan, praktis dan cepat.

Pada dasarnya modernisasi yang memiliki arti suatu mode yang membawa masyarakat dari tradisional menuju masyarakat baru, identik dengan segala hal bersifat mewah. Artinya terjadi peralihan perilaku yang menyesuaikan dengan kondisi saat ini. Menurut Kumar ada beberapa ciri modernisasi di antaranya adalah:

Pertama, individualisme di mana individu memiliki peran yang cukup besar serta memosisikan suatu kelompok tertentu dengan pengaruh yang kuat. *Kedua*, pemisahan ialah adanya modifikasi pada dunia kerja yang akan membawa individu untu

membuktikan kemampuan yang dimilikinya. *Ketiga*, kerasionalan menjadi dasar pemikiran pada setiap keputusan hidup. *Keempat*, ekonomisme. Artinya, terdapat suatu otoritas di setiap kegiatan, rencana hingga target ekonomi dalam masyarakat. *Kelima*, perkembangan. Artinya, segala sesuatu yang bersifat modern cenderung membawa peralihan untuk memperbesar koneksi seperti kepercayaan terhadap agama, kehendak untuk mengonsumsi serta cerminan hiburan.¹

Meningkatnya kebutuhan hidup masyarakat juga diiringi dengan gaya hidup yang meningkat pula. Masyarakat cenderung menggunakan inovasi teknologi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang semakin kompleks. Akibatnya sektor industri memproduksi barang secara besar-besaran. Hal tersebut mengajak masyarakat agar menerapkan perilaku konsumsi sebagai gaya hidupnya. Pola hidup konsumsi mengubah cara pandang dan pola pikir masyarakat yang mengikuti perkembangan zaman. Masyarakat tidak menyadari adanya suatu pergeseran status, struktur dan nilai dari tradisional menjadi modern.

Gaya hidup atau *life style* tidak hanya berkaitan dengan penampilan saja, akan tetapi menyangkut cerminan individu dalam menghabiskan waktunya, sesuatu hal yang diprioritaskan hingga pandangan terhadap suatu objek tertentu.² Siklus hidup yang mengkhawatirkan merupakan motif hidup untuk berperilaku konsumsi dan menjauhkan diri dari perilaku produktif. Pola dan gaya hidup yang lebih ditekankan pada perilaku konsumsi bertujuan untuk memenuhi kepuasan dan kenikmatan semata.

¹ Nanang Matono, *Sosiologi Sosial Perspektif Klasik, Modern, Postmodern dan Poskolonial Edisi Revisi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2016), 171.

² Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017). 66.

Pada umumnya, tindakan konsumsi sebagai sarana untuk menonjolkan nilai tukar yang tinggi dari pada nilai produksinya. Semakin jelas bahwa yang diutamakan bukanlah kebutuhan melainkan pemenuhan keinginan yang mengikuti perkembangan. Disadari atau tidak, gaya hidup dengan tindakan konsumsi akan membawa pengaruh yang buruk terhadap finansial seseorang. Di mana gaya hidup masyarakat yang didominasi oleh praktik konsumsi berujung pada sikap pemborosan. Melalui sikap tersebut, masyarakat menjadi cerminan dengan gaya hidup yang cenderung glamor dan tentunya membutuhkan dana dengan jumlah yang tidak sedikit.

Konsumerisme menunjukkan adanya identitas sosial melalui simbol-simbol yang terkandung dalam komoditas. Tindakan konsumsi membentuk impian konsumen yang tiada batasnya. Sehingga mengonsumsi suatu komoditas tertentu ditafsirkan sebagai aktivitas sosial serta menjadi ajang pertandingan bagi seseorang maupun kelompok. Demi suatu simbol gengsi, status, dan *prestise* sosial menuju masyarakat yang dituntut untuk menyesuaikan perkembangan.³

Saat ini masyarakat tidak hanya mengalami perubahan perilaku konsumsi saja, akan tetapi juga dikemukakan terhadap persoalan yang berhubungan dengan waktu. Tingginya tuntutan dunia pekerjaan, padatnya kesibukan dan terjadinya pergeseran budaya melahirkan kejenuhan dan kebosanan dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Akibatnya masyarakat

³ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen (Kepribadian dan Gaya Hidup)*, (Jakarta: Pranata Media, 2003), 132-135.

mengisi waktu luangnya dengan mencari hiburan. Sehingga dilampiaskan pada kegiatan seperti berkumpul bersama teman, *shopping*, nongkrong dan menikmati suasana yang *fresh* disalami dengan menghabiskan secangkir kopi di *Coffee Shop*.

Kopi merupakan minuman yang tidak asing di kalangan masyarakat karena memiliki cita rasa pahit dan aromanya yang antik. Kenikmatan yang ada saat meminum kopi menjadi bagian dari gaya hidup sekaligus penghubung komunikasi. Jika dulu meminum kopi hanya dilakukan di rumah, namun kini meminum kopi dapat dilakukan di *Coffee Shop* atau kafe tanpa memandang gender, usia serta jenis kelamin. Bukan hanya dari kalangan tua namun kini kalangan muda dan kaum perempuan banyak menghabiskan waktunya di *Coffee Shop*.

Maraknya perkembangan *Coffee Shop* di Kota Sidoarjo menjadi pemandangan sehari-hari. Menjamurnya *Coffee Shop* Sidoarjo yang di kemas secara berbeda-beda seperti adanya iringan musik, desain tempat atau tema unik, harga terjangkau dan variasi menu dari yang tradisional hingga modern menjadi daya tarik tersendiri. Salah satu penyebab banyaknya kedai kopi di Sidoarjo adalah pola konsumsi terhadap kopi yang terhitung tinggi. Sejalan dengan fakta yang ditemukan oleh TOFFIN, sebagai industri distributor dalam bidang usaha berupa barang dan jasa pada HOREKA (Hotel, Restoran dan Kafe), beserta majalah MIX MarComm yang menyatakan bahwa Indonesia mempunyai sekitar 2.950 gerai kopi yang mengalami dua kali lipat kenaikan pada bulan Agustus 2019. Dengan jumlah yang cukup tinggi daripada tahun

2016 yang hanya berkisar 1.950 gerai. Sedangkan menurut *Internasional Coffee Organization* (ICO) yang menyebutkan pada tahun 2018 mengalami peningkatan minat konsumsi terhadap minuman kopi sebanyak 2,49%.⁴

Aktivitas ngopi menjadi suatu perilaku atau kebiasaan yang dijalankan secara rutin oleh masyarakat. Ngopi merupakan tradisi yang sangat melekat bagi pecinta kopi. Minuman kopi memiliki cita rasa yang khas dan berkhasiat untuk kesehatan tubuh. Akibatnya, setiap tahun jumlah penikmat kopi semakin meningkat. Minuman kopi semakin bervariasi tidak hanya didominasi rasa pahit saja namun rasa manis pun ada seperti jenis *cappucino* dan *latte*. Sehingga pecinta kopi tidak hanya berasal dari laki-laki saja. Akan tetapi perempuan juga turut menggemari kopi. Budaya meminum kopi membawa perubahan yang besar baik dari penikmat kopi maupun tempatnya yang beraneka macam.

Menikmati kopi sudah menjadi gaya hidup yang tidak hanya tertuju untuk kaum pria saja, namun telah meracuni kaum wanita. Semakin banyak frekuensi mengunjungi kedai kopi maka menunjukkan aktivitas ngopi sebagai identitas dan gaya hidup masyarakat. Kafe didesain secara khusus untuk menciptakan suasana nyaman dan *fresh*. Hal inilah yang membuat tren meminum kopi semakin meningkat dari tahun ke tahun. Meningkatnya permintaan terhadap minuman kopi yang sudah menjadi tren kekinian membuat pengusaha di bidang industri *Coffee Shop* semakin banyak. Tidak

⁴ Dani M. Dahwilani, "Data dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia", diakses pada tanggal 11 November 2021. <https://www.inews.id/travel/kuliner/data-dan-fakta-tren-menjamurnya-kedai-kopi-kekinian-di-indonesia>.

hanya di daerah pusat Kota Sidoarjo saja, namun kini *Coffee Shop* dapat dijumpai hingga di sudut Kota.

Konsep kafe di daerah perkotaan seperti desain, fasilitas, sajian menu, harga dan iringan musik yang lebih mengarah pada nuansa modern. Sedangkan kafe di daerah pinggiran Kota Sidoarjo mengusung konsep sederhana dengan menonjolkan ciri khas tersendiri dan masih mempertahankan nuansa tradisional. Keberadaan *Coffee Shop* di Sidoarjo dapat dijadikan sebagai zona ternyaman untuk *refreshing*, *hang out* sekaligus berkumpul bersama keluarga, teman ataupun rekan kerja. Mulai dari sekedar mengobrol, mengerjakan tugas dengan teman-teman, ataupun sekedar menghabiskan waktu berjam-jam hanya untuk bertukar pikiran maupun informasi. Bahkan untuk membuat suatu momen kebersamaan dengan keluarga dapat dilakukan di *Coffee Shop*. Meskipun terlihat sederhana, namun membagi dan menyatukan waktu dalam keluarga memiliki peran penting terutama untuk anak. Melihat fenomena tersebut, tentu banyak hal yang menjadikan masyarakat untuk melakukan aktivitas ngopi ataupun menghabiskan waktunya di *Coffee Shop* sebagai gaya hidup barunya. Namun yang perlu diperhatikan adalah bagaimana *Coffee Shop* mempengaruhi sudut pandang serta perilaku masyarakat.

Coffee Shop bukan sekedar arena untuk jual beli saja, namun mempunyai fungsi yang lain yaitu berinteraksi dan mempererat tali persaudaraan kepada teman sebaya ataupun rekan bisnis sehingga memperoleh informasi dan mendapatkan inspirasi di dalamnya. Serta merupakan bentuk tuntutan globalisasi dan ajang pemenuhan kebutuhan sosialisasi. Sebagai manusia yang

menjadi makhluk sosial, maka kegiatan untuk berkumpul di kafe melahirkan suatu kebiasaan baru bagi masyarakat. Kafe yang menyajikan banyak fasilitas membentuk pusat-pusat interaksi sosial dengan memberikan ruang masyarakat untuk berkumpul, berdiskusi, menulis, membaca, bercanda hingga menghabiskan waktunya baik secara individu maupun berkelompok. Kafe mengalami pergeseran fungsi dari tempat minum kopi menjadi ranah publik masyarakat. Artinya meminum kopi bagi setiap individu memiliki kebebasan berekspresi dan berpendapat dalam jangka waktu yang lama.

Interaksi sosial yang terjadi di kedai kopi tidak hanya dilakukan oleh orang yang dikenal, namun bisa dilakukan dengan orang yang tidak dikenal. Di kedai kopi tidak ada batasan latar belakang pengunjung. Sehingga hal tersebut menunjukkan akan kuatnya jaringan atau hubungan sosial yang baru. Oleh karena itu, aktivitas di kedai kopi semakin beragam mulai dari mengonsumsi kopi, menikmati aneka makanan, menggunakan fasilitas yang disediakan, menyelesaikan urusan kerja, membuat rencana atau kesepakatan bisnis, belajar bersama, menyelesaikan tugas sekolah atau kampus hingga sekedar mencari hiburan untuk melepas kepenatan dari aktivitas sehari-hari yang telah dilakukan.

Berdasarkan uraian di atas, gambaran gaya hidup masyarakat Sidoarjo mengalami perubahan akibat dari kemajuan era yang semakin maju dan modern. Gaya hidup masyarakat tercermin dari aktivitas ngopi yang merupakan tradisi bahkan menjadi rutinitas yang kerap dilakukan. Tidak hanya itu, menjamurnya *Coffee Shop* Sidoarjo menjadi peristiwa fenomenal karena

menciptakan perilaku konsumsi yang di dalamnya mengandung makna dan nilai-nilai simbolik. Di mana masyarakat memperoleh informasi, inspirasi, sarana konektivitas, komunikasi, sosialisasi dan hiburan dari fasilitas yang di sediakan *Coffee Shop*. Oleh sebab itu, peneliti mengusung judul “Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard: Aktivitas Ngopi Sebagai Gaya Hidup Masyarakat Konsumsi *Coffee Shop* Sidoarjo Dalam Tinjauan Pertukaran Simbolik”.

B. Rumusan Masalah

Sesuai dengan pemaparan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya hidup masyarakat konsumsi *Coffee Shop* Sidoarjo?
2. Bagaimana makna dan nilai simbolik aktivitas ngopi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang berfungsi untuk menjawab pertanyaan dari rumusan masalah. Maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gaya hidup masyarakat konsumsi *Coffee Shop* Sidoarjo.
2. Untuk memahami makna dan nilai simbolik aktivitas ngopi.

D. Manfaat Penelitian

Pada suatu penelitian tentunya memiliki beberapa manfaat yang hendak dicapai. Adapun beberapa manfaat yang terdapat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Dari penelitian ini, semoga dapat meningkatkan wawasan dan pengetahuan akademis. Khususnya disiplin ilmu sosiologi yang membahas mengenai aktivitas ngopi yang mempengaruhi perubahan gaya hidup masyarakat modern.

2. Secara Praktis

- a. Bagi penulis: semoga hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman bagi peneliti dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang di dapat selama masa perkuliahan.
- b. Bagi peneliti lain: Diharapkan dapat memberikan informasi dan dijadikan bahan kajian maupun evaluasi untuk dipelajari secara mendalam mengenai dampak aktivitas ngopi pada masyarakat.
- c. Bagi masyarakat: Diharapkan dengan adanya aktivitas ngopi yang menjadi rutinitas, masyarakat dapat menggunakan waktunya untuk mendapatkan informasi dan menjalin interaksi dengan orang lain.

E. Definisi Konseptual

1. Aktivitas Ngopi

Banyaknya jumlah *Coffee Shop* menciptakan kebiasaan baru atau lebih dikenal dengan sebutan ngopi. Kebiasaan tersebut menjadi kebutuhan untuk mengisi waktu luang setelah menjalani rutinitas. *Coffee Shop* tidak hanya sekedar tempat melakukan aktivitas konsumsi semata akan tetapi beralih menjadi gaya hidup. Kenyamanan yang disajikan secara terus menerus membuat aktivitas semakin beragam. Selain itu,

dalam realitasnya kopi mampu menjalin interaksi yang menarik dengan kenyataan sosial di sekitarnya, sehingga adanya timbal balik antara kopi dengan manusia yang meminumnya. Secangkir kopi dapat membentuk perkumpulan atau komunitas-komunitas sosial di dalam masyarakat.

2. Gaya Hidup

Menurut Solomon beranggapan bahwa gaya hidup adalah melukiskan kesukaan atau kecintaan seseorang dalam praktik konsumsi. Gaya hidup dapat dilihat dari cara individu yang menggemari kegiatan tertentu, cara individu menjalani kesehariannya dan cara individu menggunakan finansialnya.⁵ Mayoritas masyarakat mulai menerapkan gaya hidup kekinian atau *trend*. Ditandai dengan perkembangan teknologi yang berada pada puncaknya yang mana segala kebutuhan hidup manusia seperti pekerjaan, transportasi, komunikasi maupun hiburan harus dipenuhi dengan praktis dan instan. Hal tersebut dapat memicu pergeseran gaya hidup masyarakat dalam melakukan sesuatu bergantung pada kenyamanan yang tinggi. Konsep hidup masyarakat lebih menonjolkan sifat cepat, efisien dan bergaya dalam segala aktivitas. Sehingga sesuatu yang bersifat rumit ditinggalkan dan beralih menggunakan teknologi. Salah satu contohnya adalah dalam dunia kerja, untuk menyelesaikan dan membuat kesepakatan dengan rekan kerja tidak selamanya dilakukan di kantor namun sudah bergeser ke tempat lain yaitu kafe.

⁵ Michael R. Solomon, *Consumer Behaviour: Buying, Having and Being*, (United State: Paramount Publishing, 2015), 438.

3. *Coffee Shop*

Coffee Shop mempunyai nama lain kafe, kedai kopi hingga angkringan merupakan suatu tempat usaha yang menyajikan makanan dan minuman dalam bingkai informal.⁶ Pada umumnya, *Coffee Shop* digunakan sebagai tempat untuk menikmati kopi yang bervariasi. Selain makanan dan minuman, *Coffee Shop* memiliki fasilitas penunjang lainnya seperti adanya *wifi*, *live music*, mainan sampai aneka macam spot untuk foto. Di mana masyarakat yang mengunjungi *Coffee Shop* tidak merasakan bosan dan penat, justru semakin nyaman dan *fresh*.

4. Masyarakat Konsumsi

Menurut Jean Baudrillard mengenai masyarakat konsumsi adalah suatu zaman yang mana seseorang mengonsumsi produk bukan untuk mendapatkan nilai kemanfaatannya namun karena gaya hidup. Demi sebuah citra yang disarankan dan dibentuk oleh iklan dan mode lewat televisi seperti gaya hidup selebriti. Iklan tidak menawarkan nilai guna suatu barang akan tetapi membangun suatu citra dan gaya bagi orang yang melihat agar mulai mengikutinya.⁷

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

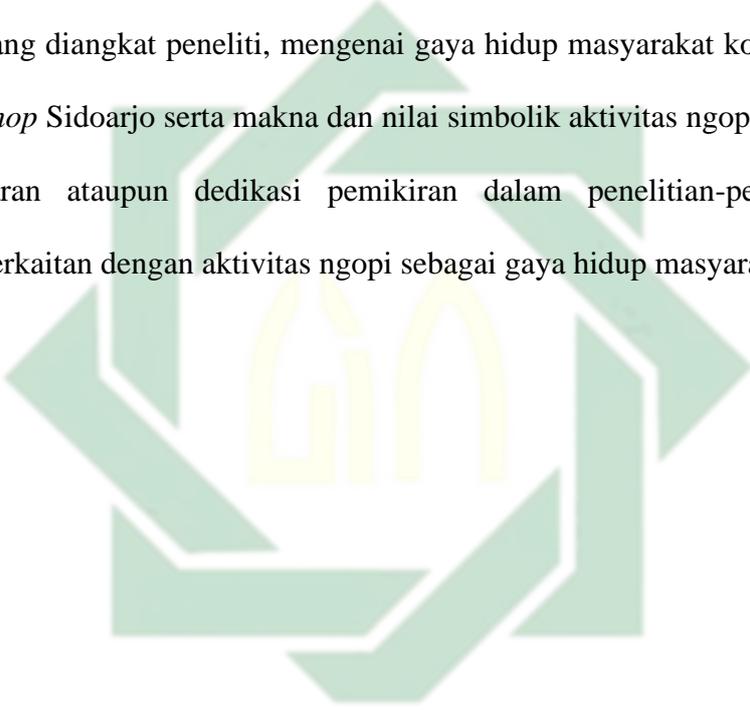
Mengenai sistematika pembahasan, peneliti menjabarkan setiap struktur bab dan sub bab yang akan di bahas dalam penelitian. Sehingga mudah untuk dipahami. Sistematika pembahasan meliputi:

⁶ Sugiarto Endar, *Metodologi Penelitian dalam Bidang Pariwisata*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000), 55.

⁷ Jean Baudrillard, *Masyarakat Konsumen*, Terj. Malindo (Bantul: Kreasi Wacana, 2015), 56.

1. **Bab I Pendahuluan** : Peneliti menguraikan latar belakang dan permasalahan tentang aktivitas ngopi sebagai gaya hidup masyarakat konsumsi *Coffee Shop* Sidoarjo dalam tinjauan pertukaran simbolik. Serta memuat tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual maupun sistematika pembahasan.
2. **Bab II Kajian Teoritik** : Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai kajian pustaka atau sumber referensi. Penelitian terdahulu memuat beberapa hasil penelitian dari sebelumnya. Dengan memberikan penjelasan mengenai persamaan serta perbedaan dari penelitian pada masa dahulu dan sekarang. Sebagai bentuk pencegahan dari adanya persamaan judul. Penelitian sebelumnya masih berkesinambungan dengan permasalahan peneliti mengenai ngopi yang menjadi gaya hidup masyarakat penggemar *Coffee Shop*. Sedangkan landasan teori menjelaskan materi dan menjadi solusi dari permasalahan yang diteliti. Teori yang digunakan peneliti ialah teori pertukaran simbolik dalam masyarakat konsumsi Jean Baudrillard.
3. **Bab III Metode Penelitian** : Peneliti mendeskripsikan mengenai metode penelitian yang diterapkannya selama penelitian. Metode penelitian memuat langkah-langkah yang digunakan peneliti untuk memperoleh data-data yang valid. Penggunaan metode dalam penelitian mengungkapkan ketepatan dan kesesuaian antar objek dengan data yang akan diteliti. Dalam hal ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis pendekatan dinamika sosial.

4. **Bab IV Penyajian Data dan Analisis Teori :** Peneliti mendeskripsikan hasil penelitian yang berhubungan dengan aktivitas ngopi sebagai gaya hidup masyarakat konsumsi *Coffee Shop* Sidoarjo. Serta mengkajinya dengan teori pertukaran simbolik Jean Baudrillard.
5. **Bab V Penutup :** Memuat kesimpulan sebagai jawaban atas permasalahan yang diangkat peneliti, mengenai gaya hidup masyarakat konsumsi *Coffee Shop* Sidoarjo serta makna dan nilai simbolik aktivitas ngopi. Memberikan saran ataupun dedikasi pemikiran dalam penelitian-penelitian yang berkaitan dengan aktivitas ngopi sebagai gaya hidup masyarakat.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB II

GAYA HIDUP DALAM TINJAUAN TEORI MASYARAKAT KONSUMSI SIMBOLIK JEAN BAUDRILLARD

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi pembanding dengan penelitian ini karena memiliki keterkaitan topik. Terdapat beberapa penelitian yang menyerupai dengan topik yang diusung oleh peneliti. Namun peneliti memiliki perbedaan dengan penelitian-penelitian tersebut. Adapun perbedaan topik peneliti dengan penelitian terdahulu adalah:

1. Skripsi yang ditulis oleh Ahmad Akhir HSB (150901032), mahasiswa Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara 2020, yang berjudul “Gaya Hidup Remaja Nongkrong Di Bagasta Cafe (Studi Deskriptif Desa Napa Kecamatan Batang Toru Tapanuli Selatan)”.⁸ Di dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif melalui pendekatan deskriptif. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Menurut penelitian yang dilakukan Ahmad Akhir HSB dapat disimpulkan bahwa kebiasaan-kebiasaan remaja-remaja di Desa Napa Kecamatan Batang Toru memilih kafe dalam menghabiskan waktu senggangnya.

⁸ Ahmad Akhir HSB, “*Gaya Hidup Remaja Nongkrong Di Bagasta Cafe (Studi Deskriptif Desa Napa Kecamatan Batang Toru Tapanuli Selatan)*” (Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2020).

Lengkapnya fasilitas-fasilitas yang tersedia di Bagasta Cafe memberikan kenyamanan yang menarik para remaja. Adapun fasilitas-fasilitas tersebut meliputi *wifi*, karaoke musik dan beragamnya menu makanan dan minuman. Pada akhirnya, remaja-remaja di Desa Napa Kecamatan Batang Toru lebih mengutamakan kafe sebagai kebutuhan sehari-harinya. Tidak hanya itu, adanya spot foto bagi pengunjung yang ingin datang serta terdapat oleh-oleh khas dari Bagasta Cafe yang menjual produk lokal.

Bagunan Bagasta Cafe juga salah satu penambah menarik sensasi untuk dikunjungi para remaja. Banyaknya menu makanan dan minuman yang tersedia. Remaja yang ada di Desa Napa dapat dikategorikan remaja berperilaku gaya hidup hedonis dan konsumtif. Sebelum masuk adanya Bagasta Cafe anak-anak remaja di Desa Napa memiliki waktu yang dipadatkan di dalam rumah untuk belajar dan bermain bersama, selain dari itu anak-anak remaja banyak lebih mengenal dengan kumpul bersama teman-teman menghabiskan waktu seperti bermain bola bersama, bermain guli, senam bersama serta mengaji bersama dan lainnya.

Masuknya kafe di Desa tempat tinggal para remaja dapat membawa perubahan bagi mereka lebih cenderung menyukai tempat-tempat yang bagus, bersih, unik, dan mewah. Karakteristik anak remaja di desa ini lebih cenderung banyak lupa waktu terutama dalam hal belajar dan membantu pekerjaan orang tua, lebih memikirkan kesenangan. Sehingga anak-anak remaja memiliki kebebasan waktu serta lebih suka menghabiskan uang

yang diberikan orang tua hanya digunakan untuk membeli makanan dan minuman akan terlihat konsumtif terhadap apa yang dimilikinya, selain dari itu ada juga anak-anak remaja berperilaku gaya hidup lebih terlihat gaul dan tampil eksis dalam berteman.

Terdapat perbedaan topik penelitian antara penelitian saya dengan Ahmad Akhir HSB. Perbedaannya adalah saya cenderung memilih subyek penelitian yang beragam dan bervariasi. Jadi tidak terbatas pada anak remaja saja, namun dapat mencakup berbagai kalangan tanpa memandang jabatan atau pun status. Pada intinya, tren aktivitas ngopi tidak hanya dilakukan oleh anak muda saja, justru masyarakat dari berbagai kalangan pun turut menggemarnya.

2. Skripsi yang ditulis oleh Rafika Mustaqimah Wardah, mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar 2019, dengan judul “Tren Kafe Sebagai Penanda Identitas Kelas Sosial”.⁹ Di dalam penelitian Rafika Mustaqimah Wardah memilih metode penelitian kualitatif deskriptif melalui pendekatan studi fenomenologi. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi. Penulis dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa peristiwa keberadaan kafe yang menjadi *second home* memiliki tujuan

⁹ Rafika Mustaqimah Wardah, “*Tren Kafe Sebagai Penanda Identitas Kelas Sosial*”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2019).

untuk kebutuhan yang mengutamakan pencitraan seseorang atas stratifikasi sosial di kalangan milenial Makassar.

Fenomena kafe yang menjadi tren gaya hidup glamor di media sosial melahirkan suatu penafsiran dan sudut pandang baru. Di mana seseorang akan mendahulukan pencitraan yang tinggi atas dirinya sendiri di hadapan kelas sosial masyarakat. *Hangout* ke kafe merupakan budaya yang pada awalnya sebagai kebutuhan fisik berubah menjadi kebutuhan *sosiologis* terlebih bagi kaum muda. Tidak hanya itu, kafe menjadi arena sosialita dengan memperlihatkan gaya hidup mewah dan serba bermerek. Kafe sebagai tempat untuk melakukan berbagai macam aktivitas seperti menikmati hiburan, kumpul dengan teman ataupun rekan kerja, arisan sampai dengan mengunggah kegiatan-kegiatan selama berada di kafe melalui akun media sosial.

Aktivitas-aktivitas tersebut memiliki tujuan untuk mencapai identitas sosial individu agar dianggap atau diakui oleh orang lain. Dalam hal ini, kafe yang merupakan *the second home* sebagai penanda akan pencapaian identitas sosial yang ada pada masyarakat. Di mana terdapat suatu pesan simbolik dari kaum muda yang gemar berada di kafe. Memerlihatkan gaya hidupnya agar mendapat penilaian dan pengakuan orang lain demi suatu identitas sosial yang tinggi.

Terdapat perbedaan topik penelitian antara penelitian saya dengan Rafika Mustaqimah Wardah. Perbedaannya adalah saya cenderung melihat dari sudut pandang masyarakat. Jadi tidak terbatas pada anak

remaja saja, namun dapat mencakup berbagai kalangan tanpa memandang jabatan atau pun status. Pada intinya, tren aktivitas ngopi tidak hanya dilakukan oleh anak muda saja, justru masyarakat dari berbagai kalangan pun turut menggemarnya. Kegiatan ngopi sudah menjadi budaya baru bagi masyarakat agar bisa mengembalikan kejenuhan, kepenatan dan menghabiskan waktu luangnya.

3. Skripsi yang ditulis oleh Heru Prayoga, mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga 2018, dengan judul “Teknik Persuasif Dalam Bisnis *Coffee Shop*: Studi Deskriptif dan Kualitatif dengan Tema Kopi Tidak Pahit di Gending Kopi Nusantara Yogyakarta”.¹⁰ Di dalam penelitian Heru Prayoga yang memilih metode penelitian kualitatif deskriptif. Sedangkan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi.

Heru Prayoga menemukan bahwa teknik asosiasi sebagai teknik komunikasi dan interaksi dengan konsumen. Melalui pengintegrasian, kesensitifan serta memberikan nilai-nilai manfaat kopi sebagai target untuk menarik selera dan emosional konsumen. Perspektif masyarakat mengenai kopi yang menandainya dengan rasa pahit. Oleh karena itu, Gending Kopi Nusantara mengubah perspektif masyarakat tersebut dengan teknik-teknik komunikasi persuasif. Selain diterapkan secara

¹⁰ Heru Prayoga, “*Teknik Persuasif Dalam Bisnis Coffee Shop: Studi Deskriptif dan Kualitatif dengan Tema Kopi Tidak Pahit di Gending Kopi Nusantara Yogyakarta*”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2018).

langsung kepada konsumen, media sosial pun juga digunakan sebagai media komunikasi dan memberikan informasi tentang kopi.

Terdapat perbedaan topik penelitian antara penelitian saya dengan Heru Prayoga. Penelitian yang dilakukan oleh Heru Prayoga lebih mengarah pada teknik-teknik komunikasi agar dapat menarik konsumen dan mengubah perspektifnya mengenai rasa kopi yang identik dengan rasa pahit. Sedangkan penelitian yang saya lakukan lebih mengacu pada segala aktivitas yang ada di kafe menjadi rutinitas dalam kegiatan sehari-hari masyarakat sehingga mengubah pola hidupnya. Kegiatan ngopi sudah menjadi budaya baru sehingga begitu melekat dengan masyarakat.

4. Artikel jurnal yang ditulis oleh Alwazir Abdusshomad, mahasiswa Politektik Penerbangan Curug Tangerang 2021, dengan judul “Gaya Hidup Nongkrong di Kafe dan Perilaku Gosip sebagai Kontrol Sosial”.¹¹ Di dalam penelitian Alwazir Abdusshomad memilih metode penelitian kualitatif. Dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Alwazir Abdusshomad mengemukakan bahwa gaya hidup dengan menghabiskan waktu di kafe merupakan suatu hal yang biasa bagi masyarakat. Dengan adanya kegiatan nongkrong di kafe menjadi pemicu masyarakat agar berperilaku gosip. Di mana gosip merupakan sekedar kegiatan yang bertujuan untuk hiburan semata ternyata menjadi kontrol

¹¹ Alwazir Abdusshomad, “*Gaya Hidup Nongkrong di Kafe dan Perilaku Gosip sebagai Kontrol Sosial*”, (Jurnal, Politektik Penerbangan Curug Tangerang, 2021).

sosial bagi masyarakat. Setiap orang tentu memiliki cara tersendiri untuk menghilangkan rasa kejenuhan yang bisa diatasi dengan bercengkerama dengan keluarga maupun teman. Ketika berkomunikasi topik yang dibahas pun begitu beragam. Berbicara dengan orang lain memang dapat memberikan rasa senang, hiburan, mendapat informasi, namun hal tersebut juga dapat menjadi alat kontrol sosial.

Terdapat perbedaan topik penelitian yang saya ambil dengan Alwazir Abdusshomad. Perbedaannya adalah saya cenderung menonjolkan gaya hidup masyarakat modern akibat dari adanya aktivitas ngopi. Kafe menjadi tempat premium karena sesuai dengan tren gaya hidup masyarakat modern. Pada intinya, tren aktivitas ngopi memberikan pengaruh yang besar pada pola perilaku masyarakat sehingga menjadi gaya hidup.

5. Artikel jurnal yang ditulis oleh Alifia Putri Azahra dan Nanda Harda Pratama Meiji, mahasiswa Prodi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Negeri Malang 2021, dengan judul “Nangkring Khas Millennial: Studi Komparatif Gaya Hidup dan Interaksi Pemuda di Cafe Sudimoro dan Rowoklampak”.¹² Di dalam penelitian Alifia Putri Azahra dan Nanda Harda Pratama Meiji memilih metode studi pustaka. Artinya, penelitian lebih mengarah kepada informasi yang berhubungan erat dengan topik dan permasalahan sebagai objek penelitian tersebut. Jurnal

¹² Alifia Putri Azahra dan Nanda Harda Pratama Meiji, “*Nangkring Khas Millennial: Studi Komparatif Gaya Hidup dan Interaksi Pemuda di Cafe Sudimoro dan Rowoklampak*”, (Jurnal, Unniversitas Negeri Malang, 2021).

penelitian ini menguraikan tentang kegiatan nangkring yang menjadi gaya hidup serta terjadinya interaksi sosial kaum muda mulai dari kecil. Pada zaman dahulu kaum muda nangkring beramai-ramai di pinggiran desa. Sedangkan zaman sekarang, tempat untuk nangkring telah bergeser ke kafe. Keberadaan kafe di daerah pedesaan memiliki ciri khas tersendiri dan begitu dekat dengan wisata bersama keluarga. Berbeda dengan kafe di daerah perkotaan yang lebih fokus untuk membicarakan banyak hal dan tempat kumpul kaum muda.

Gaya hidup pemuda di wilayah pedesaan memiliki keterkaitan dengan budaya populer dan begitu pun gaya hidup pemuda di perkotaan yang cukup mengenal baik budaya populer yang tengah berkembang dilingkungan mereka sebab budaya populer sangat mudah ditemukan melalui media internet. Dapat dikatakan bahwa para pemuda yang ada di wilayah pedesaan selalu mengikuti tren yang sedang berkembang di lingkungan masyarakat, tetapi mereka lebih menekankan kepada kepentingan yang mendesak dibandingkan harus memenuhi kebutuhan hanya sebatas untuk eksistensi dalam gaya hidup di pedesaan. Tetapi, pemuda perkotaan lebih suka melakukan berbagai cara dan tindakan untuk menyamakan gaya hidup yang tren di lingkungan masyarakat dengan mengorbankan uang yang cukup mahal.

Terdapat perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Alifia Putri Azahra dan Nanda Harda Pratama Meiji dengan penelitian saya. Perbedaannya adalah saya cenderung memilih subyek penelitian yang

beragam dan bervariasi. Jadi tidak terbatas pada anak muda saja, namun dapat mencakup berbagai kalangan tanpa memandang jabatan, status maupun usia. Kafe menjadi tempat premium karena sesuai dengan tren gaya hidup masyarakat modern. Pada intinya, tren aktivitas ngopi tidak hanya dilakukan oleh anak muda saja, justru masyarakat dari berbagai kalangan pun turut menggemarnya.

B. Gaya Hidup

1. Definisi Gaya Hidup

Arus globalisasi menuntut masyarakat untuk ikut dan beradaptasi dalam kemajuan teknologi agar tidak tenggelam dari perkembangan zaman. Era modern membawa perubahan yang mempengaruhi sendi-sendi kehidupan masyarakat. Perubahan tersebut termanifestasi dalam pola pikir dan pola perilaku seseorang. Perkembangan zaman yang semakin modern menuntut masyarakat agar melakukan pola tingkah laku dengan kebiasaan-kebiasaan baru sebagai gaya hidup. Saat ini, orientasi hidup masyarakat cenderung mengarah pada kebendaan, kesenangan dan huru-hura agar menimbulkan kesan modern.

Sedangkan menurut Hawkins, Best dan Coney mengungkapkan bahwa gaya hidup merupakan cara seseorang menjalani hidupnya. Gaya hidup menerapkan kepribadian seseorang yang terbentuk dari proses interaksi sosial saat seseorang menjalani suatu siklus kehidupannya. Besarnya pengaruh yang berdampak pada gaya hidup disebabkan oleh beberapa faktor meliputi demografi, nilai, budaya, subkultur, kelas

sosial, kelompok referensi, keluarga, karakteristik individu serta membentuk emosi, motivasi, kepribadian bagi individu, keluarga maupun rumah tangga.¹³

Tidak hanya itu, Chaney juga menambahkan bahwa gaya hidup sebagai jati diri dan karakter seseorang dalam mengikuti dunia serba modern. Setiap manusia yang hidup di dunia akan menggambarkan dirinya ataupun orang lain melalui gaya hidup. Semakin berkembangnya suatu zaman akan berdampak pada manusia terutama dalam pola hidup dan tingkah laku seseorang. Oleh karena itu, gaya hidup mencakup tindakan maupun tingkah laku setiap individu dengan individu lainnya agar memiliki perbedaan karakteristik dalam siklus kehidupannya.¹⁴

Gaya hidup menurut Kotler adalah cara hidup seseorang yang diaktualisasikan dan berhubungan erat dengan kegiatan (*activity*), minat (*interest*) dan pendapat (*opinion*). Gaya hidup mengekspresikan kehidupan seseorang secara menyeluruh melalui interaksi dengan orang lain. Artinya gaya hidup yang berasal dari proses sosialisasi memiliki perbedaan pada tingkat kelas sosial, subkultur sampai pekerjaan. Sehingga gaya hidup individu satu dengan individu lainnya berbeda-beda. Dengan adanya pengalaman hidup dapat dicerminkan pada rangkaian tingkah laku

¹³ Roger J. Best, Kenneth A. Coney, Hawkins, *Consumer Behaviour Implication for Marketing Strategy*, (United State: Case Studies), 327.

¹⁴ David Chaney, *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Terj. Nuraeni (Yogyakarta: Jala Sutra, 2009), 40.

individu yang menurutnya sesuai ataupun tidak untuk ditampilkan dan dihadapkan kepada realitas sosial dalam masyarakat.¹⁵

Berdasarkan penjelasan dari beberapa ahli maka penulis menyimpulkan bahwa gaya hidup terbentuk dari adanya proses interaksi sosial antar individu dan lingkungan. Sehingga membentuk karakteristik masing-masing dalam menjalani kehidupan sehari-harinya baik dari kegiatan, minat maupun pendapat. Oleh sebab itu, setiap individu yang ada di dunia memiliki keunikan dan karakteristik yang berbeda dalam melakukan siklus kehidupannya.

2. Faktor Pembentuk Gaya Hidup

Gaya hidup tidak bisa hadir dengan sendirinya tanpa ada penyebab yang membentuknya. Menurut Arnould, Price dan Zinkhan mengatakan bahwa faktor yang membentuk gaya hidup meliputi demografi, kelas sosial, kelompok referensi dan keluarga.¹⁶ Terdapat dua faktor yang membentuk gaya hidup yakni faktor yang berakar dari dalam diri seseorang (internal) dan faktor lingkungan (eksternal). Agar memahami secara mendalam mengenai dua faktor tersebut di antaranya adalah:

a. Faktor Internal

Secara umum faktor internal lebih banyak dari dalam daripada dari luar diri seseorang. Faktor internal pembentuk gaya hidup menyangkut beberapa hal seperti sikap, pengalaman dan pengamatan,

¹⁵ Philip Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran*, (Jakarta: Intermedia, 1994), 234.

¹⁶ Arnould Erick, Linda Price, George Zinkhan, *Consumer*, (New York: Mc-graw Companies, 2002), 274.

kepribadian, konsep diri dan motif. Adapun faktor internal yang menjadi pemicu gaya hidup akan dijelaskan sebagai berikut:

1) Sikap

Sikap merupakan cerminan segala perbuatan dan tingkah laku seseorang yang cenderung dilakukan secara terus menerus terhadap objek tertentu.¹⁷ Kondisi jiwa serta pola pikir yang disediakan untuk memberikan tanggapan terhadap sesuatu baik tanggapan secara positif maupun negatif. Dari adanya sikap, individu dapat mengekspresikan gaya hidup di hadapan publik. Kondisi tersebut bergantung pada adat istiadat, kebudayaan, tradisi, kebiasaan maupun lingkungan sosial.

2) Pengalaman dan pengamatan

Pengalaman dan pengamatan merupakan dua bagian yang erat kaitannya karena memiliki potensi untuk mendorong satu dengan yang lainnya. Pengalaman sosial membentuk sudut pandang individu terhadap suatu objek. Sehingga individu akan menerapkan gaya hidup secara eksklusif setelah melewati pengalaman dan pengamatan yang dilakukannya.

3) Kepribadian

Kepribadian merupakan tanda-tanda jiwa yang menentukan dan merepresentasikan individu dalam menanggapi

¹⁷ Ibid., 246.

lingkungannya. Kepribadian membentuk karakter dan gaya hidup individu sesuai apa yang dipilihnya.

4) Konsep diri

Konsep diri merupakan representasi atas masing-masing individu.¹⁸ Konsep diri menjadi dasar dari individu dalam melihat dirinya sendiri. Sehingga menemukan kemampuan, kekuatan, kelemahan dan kegagalan yang ada dalam setiap individu. Oleh karena itu, konsep diri begitu penting untuk mengenal jadi diri masing-masing individu.

5) Motif

Motif adalah suatu kebutuhan yang lebih mengutamakan individu agar mengejar kepuasan. Apabila individu memiliki motif terhadap sesuatu, maka dengan mudah tercipta gaya hidup yang lebih mengutamakan kemewahan.

6) Persepsi

Persepsi ialah suatu proses individu untuk mendefinisikan, merumuskan sudut pandang, dan menilai informasi agar terciptanya pikiran yang semakin luas mengenai objek tertentu di dunia.¹⁹ Persepsi juga mengarah pada proses kognitif secara kompleks sehingga menghasilkan pandangan-pandangan yang

¹⁸ Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran*, 237.

¹⁹ *Ibid.*, 25-25.

unik. Persepsi dapat digunakan dalam memahami situasi dan kondisi pada setiap individu.

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal yaitu faktor dari pengaruh lingkungan sekitar individu. Faktor eksternal pembentuk gaya hidup meliputi keluarga, kelompok referensi, kelas sosial dan kebudayaan. Agar komponen-komponen tersebut dapat dipahami maka akan dijelaskan sebagai berikut:

1) Kelompok Referensi

Kelompok referensi terdiri dari individu atau kelompok-kelompok yang berhubungan erat dengan kesamaan keinginan, pencapaian maupun perilaku. Besarnya pengaruh dari kelompok mampu mengubah sikap dan perilaku individu. Sehingga memengaruhi karakteristik atas gaya hidup masing-masing individu.

2) Keluarga

Peran keluarga begitu penting dalam membentuk karakter individu. Keluarga menjadi lingkup sosialisasi pertama sebelum melangkah ke dunia luar. Pendidikan pertama yang diberikan oleh orang tua sangat menentukan sikap dan perilaku individu dalam membentuk pola dan gaya hidup serta memecahkan masalah yang dihadapinya.

3) Kelas Sosial

Munculnya kelas sosial berasal dari sistem pergaulan yang dilakukan oleh individu. Dalam pergaulan terdapat sistem sosial yang membentuk kelas-kelas sosial. Adapun dua elemen penting dalam pembagian kelas sosial adalah kedudukan dan peran. Hierarki kelas sosial masyarakat semakin menguatkan gaya hidup seseorang yang akan ditampilkan.²⁰

4) Kebudayaan

Kebudayaan mencakup akal budi, keyakinan, seni, moral, nilai, adat istiadat dan pola perilaku yang didapatkan individu sebagai bagian dari masyarakat. Kebudayaan menunjukkan rangkaian perilaku, interaksi maupun konstruksi kognitif yang diperoleh dari proses sosialisasi. Kebudayaan akan terus menerus dipertahankan oleh beberapa kelompok hingga diwariskan kepada generasi-generasi selanjutnya.

3. Bentuk-bentuk Gaya Hidup

Menurut Chaney yang mengungkapkan bahwa bentuk-bentuk gaya hidup meliputi industri gaya hidup, iklan gaya hidup, *public relations* dan jurnalisme gaya hidup, gaya hidup mandiri dan gaya hidup hedonis. Agar dapat dipahami maka akan dijelaskan sebagai berikut:

²⁰ Leon Shiffman, Lessie L. Kanuk, *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: PT Indeks Grup Media, 2015), 330.

a. Industri Gaya Hidup

Era modern ini, penampilan menjadi pusat perhatian utama masyarakat. Penampilan diri dan tubuh menjadi eksistensi tersendiri dalam menjalani kehidupan di setiap harinya. Sehingga penampilan diri dan tubuh sebagai manifestasi dari bentuk gaya hidup. Maka dari itu industri gaya hidup ditujukan untuk mengembangkan mode penampilan yang kekinian.²¹

b. Iklan Gaya Hidup

Banyaknya industri, para politisi dan individu begitu antusias akan suatu citra. Arus globalisasi membawa informasi yang memiliki kekuatan untuk membangun merek suatu produk tertentu. Dinamakan sebagai budaya citra (*image culture*) dan budaya cita rasa (*taste culture*).²² Hal tersebut ditunjukkan melalui iklan mempertontonkan gaya visual dengan menarik dan memesona. Tentu tidak semua orang hanyut akan produk-produk dalam iklan, namun sebagian besar masyarakat mulai mengikuti seperti yang ditampilkan pada iklan. Tanpa disadari iklan membentuk individu dengan gaya hidup yang mementingkan citra di muka publik.

²¹ David Chaney, *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Terj. Nuraeni (Yogyakarta: Jala Sutra, 2009), 15.

²² *Ibid.*, 30.

c. *Public Relations* dan Jurnalisme Gaya Hidup

Dalam budaya konsumen, selebriti menjadi basis penciptaan identitas diri konsumen. Secara umum, masyarakat yang menjadi konsumen akan mengikuti dan menyesuaikan gaya hidup selebriti yang serba modis dan mewah. Maka tidak mengherankan, apabila masyarakat meniru gaya hidup dari selebriti. Terlihat dari cara berpakaian, aktivitas sehari-hari maupun tempat hiburan atau kafe yang dikunjungi.

d. Gaya Hidup Mandiri

Mandiri merupakan pola hidup yang berdiri sendiri tanpa bergantung pada objek lain. Dalam mencapai tujuan tertentu diperlukan kemampuan agar dapat mengetahui kekuatan dan kelemahan dari dirinya sendiri. Tidak hanya itu, kemampuan nalar, sikap bertanggung jawab dan disiplin sangat dibutuhkan untuk membentuk gaya hidup mandiri. Pada akhirnya, melalui gaya hidup mandiri budaya konsumerisme semakin minim dan inovasi-inovasi yang kreatif muncul dari diri sendiri.

e. Gaya Hidup Hedonis

Hedonis berasal dari bahasa Yunani *hedone* yang berarti kesenangan, kenikmatan dan bersenang-senang. Hedonis lebih mengutamakan kesenangan dan meninggalkan segala hal yang

rumit.²³ Gaya hidup hedonis tercermin pada pola hidup yang lebih banyak penggunaan waktunya untuk kegiatan di luar rumah, senang akan keramaian kota dan gemar membeli barang agar menjadi pusat perhatian publik.

4. Dimensi Gaya Hidup dan Pengukurannya

Menurut Plummer yang mengatakan bahwa gaya hidup ialah melakukan aktivitas berkaitan dengan bagaimana menghabiskan waktu, ketertarikan akan prioritas dan opini yang dianggap penting bagi lingkungan sekitarnya.²⁴ Gaya hidup memotret interaksi sosial individu dengan lingkungan sekitarnya. Dimensi gaya hidup terletak pada bagaimana individu menjalani aktivitas sehari-harinya, ketertarikan terhadap sesuatu dan melihat sesuatu berdasarkan sudut pandangnya sendiri. Sedangkan pengukuran mengenai gaya hidup melalui tiga unsur yang meliputi minat, aktivitas dan opini. Unsur aktivitas dapat dilihat dari kegiatan-kegiatan yang dijalankan setiap waktunya. Unsur minat meliputi *fashion* atau *style*, hiburan, menu makanan dan minuman sekaligus media sosial. Sedangkan unsur opini meliputi pandangan atas diri sendiri, orang lain dan isu sosial.

C. Masyarakat Konsumsi Jean Baudrillard

1. Bentuk Aktivitas Ngopi

²³ John O'Shaughnessy, Nickolas Jackson O'Shaughnessy, *European Journal of Marketing*, Bradford, Vol. 36, 2002. 5-6.

²⁴ Joseph T. Plummer, *The Concept of Life Style Segmentation*, *Journal of Marketing*, Vol. 38 Januari, 1974. 33-37.

Kebutuhan-kebutuhan masyarakat semakin kompleks, tidak hanya mencakup sandang, pangan dan papan saja namun lebih dari semua itu. Salah satu kebutuhan masyarakat yakni bersosialisasi dengan teman sebayanya baik di dunia nyata maupun dunia maya. Dari kebutuhan tersebut memunculkan industri baru yang mendorong gaya hidup masyarakat. Semakin meningkatnya gaya hidup maka dunia industri semakin beragam. Dengan demikian, produk-produk yang dihasilkan dari industri menjadi kebutuhan untuk menunjang gaya hidup masyarakat. Mengakibatkan beragamnya gaya yang dipresentasikan masyarakat dalam kehidupan setiap harinya.

Hal ini menunjukkan pola hidup masyarakat serba mewah dan instan disambut hangat dan diberi kebebasan. Ditandai dengan maraknya *Coffee Shop* yang setiap hari keberadaannya semakin bertambah. Tidak hanya dijumpai di Kota Sidoarjo saja namun telah muncul di sudut kota. Selama minuman kopi mengalami peningkatan maka keberadaan *Coffee Shop* sangat mudah untuk di temukan. *Coffee Shop* sebagai tempat yang menyediakan minuman kopi dengan banyaknya variasi dan makanan ringan. Meskipun beberapa *Coffee Shop* memberikan harga makanan dan minuman yang relatif mahal, tidak menyurutkan masyarakat untuk mengunjungi tempat tersebut karena sebanding dengan yang didapatkan. Di mana *Coffee Shop* juga menawarkan fasilitas penunjang lainnya seperti *wifi*, *live music*, pelayanan yang ramah dan area foto yang *instagramable*. Selain itu, konsep *Coffee Shop* yang unik baik dari segi tema, dekorasi

maupun interior dapat memberikan kenyamanan dan menghilangkan kejenuhan. Dengan kenyamanan dan lengkapnya fasilitas di *Coffee Shop* menjadi tujuan utama masyarakat untuk berinteraksi sosial, *refreshing*, berdiskusi, mengerjakan tugas, mengabadikan momen dan mengunggahnya di media sosial.

Perilaku konsumsi tampaknya sudah berkembang dan menjadi cerminan gaya hidup masyarakat zaman sekarang. Orientasi perilaku konsumsi selain untuk memenuhi kebutuhan namun dapat digunakan untuk memuaskan kesenangan semata. Jadi masyarakat yang mengunjungi *Coffee Shop* memperoleh banyak keuntungan apabila digunakan untuk melakukan kegiatan yang bernilai positif dan produktif. Oleh karena itu, persoalan yang akan diteliti merujuk pada makna dan nilai simbolik dalam aktivitas ngopi sehingga menjadi gaya hidup masyarakat dalam kegiatan sehari-harinya. Berdasarkan penjelasan di atas, penulis merumuskannya dalam bagan sebagai berikut.



Gambar Skema 2.1 Kerangka Berpikir

2. Konsep Pertukaran Simbolik

Pada kenyataannya, setiap manusia akan menghadapi segala bentuk transformasi. Rentan waktu dalam melewati transformasi dapat berjalan secara cepat dan ada yang berjalan secara lambat. Kembali pada masing-masing individu dalam menyikapinya. Transformasi peradaban yang lebih menunjukkan kemajuan membawa pergeseran dalam nilai sosial, sistem, tingkah laku, jaringan hingga komunikasi. Transformasi tidak terjadi dalam satu aspek saja namun terjadi dalam segala aspek, salah satunya yaitu peralihan gaya hidup masyarakat. Selama proses perubahan gaya hidup tentu meninggalkan dampak pada masyarakat. Sehingga masyarakat beradaptasi agar bisa menghadapi perubahan kondisi dan situasi demi kebutuhan yang diperlukan. Penyesuaian diri dengan masuknya nilai-nilai, norma, tradisi melahirkan suatu budaya baru. Terlihat jelas pada perilaku masyarakat yang gemar membuang waktunya hanya untuk kesenangan semata.

Modernisasi memperlihatkan peralihan zaman dari era tradisional menuju ke arah yang lebih modern. Modernisasi mengharapkan kehidupan masyarakat agar lebih makmur dan berkembang. Dalam hal ini, tatanan nilai dan sikap berubah total dari segala sesuatu yang irasional menjadi rasional. Era modern berkaitan erat dengan segala tindakan dalam tatanan kehidupan yang menuntut masyarakat agar mengikuti sesuatu yang bersifat terkini atau tren. Sebagian besar masyarakat menunjukkan

identitas diri dengan mengaktualisasikan nilai-nilai, norma, tradisi dan budaya baru ke dalam kehidupannya.

Sebagaimana yang dikatakan Bauman akan adanya suatu mobilitas yang menjadi faktor penstratifikasi dari besarnya kekuatan dan harapan di dunia. Masyarakat yang menjadi pemenang merupakan orang-orang *mobile*, artinya mereka bisa bergerak secara bebas ke seluruh dunia dan mampu memahami makna bagi diri sendiri. Bahkan ketika berada di ruang yang tertutup dari kebebasan maka tindakan yang dilakukannya adalah memproteksi diri agar merasa tenang dan tentram serta terhindar dari berbagai hambatan dan gangguan orang yang kalah. Sedangkan masyarakat yang kalah merupakan orang-orang yang tertutup dari adanya *mobile* sehingga tidak mampu mengambil makna bagi dirinya sendiri. Pada akhirnya, cara berpikir orang yang kalah masih didominasi oleh nilai-nilai dari leluhurnya tanpa menyesuaikan dengan kondisi yang dihadapinya.²⁵ Berbeda dengan pendapat Levi-Strauss yang memberi ciri khas perilaku sosial dalam pola konsumsi bukan bertujuan memenuhi kepuasan dan kenikmatan semata. Perilaku konsumsi tidak didasarkan pada tingkatan kebutuhan dan kenikmatan namun lebih tertuju pada peraturan tanda (objek) dan perbedaan.

Konsumsi merupakan aktivitas membelanjakan dan mengurangi nilai suatu barang yang dilakukan secara langsung maupun tidak langsung

²⁵ George Ritzer and Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern*, trans. Alimandan (Jakarta: Pranada Media Group, 2004), 594.

untuk pemenuhan kebutuhan. Maka dari itu, konsumsi yang dilihat dari fungsi sosial dan organisasi struktural memaksa individu agar mengikuti moral sosial tanpa disadarinya. Aktivitas sehari-hari masyarakat yang dilakukan di tempat-tempat seperti *mall*, supermarket, restoran dan *Coffee Shop* menjadi sarana dalam membentuk sikap dan perilaku konsumen. Perilaku konsumsi dapat dilihat dari perbedaan masyarakat melalui cara mengonsumsi barang demi memperoleh identitas.

Konsumsi memperlihatkan sebuah tindakan penggunaan atas rangkaian atribut-atribut tertentu. Praktik konsumsi dalam aktivitas sehari-hari masyarakat berupa komoditas, transportasi dan kedudukan. Apabila seseorang tidak mengikuti salah satu dari ketiga aktivitas tersebut maka masyarakat tidak akan mencantumkan dalam strata sosial.²⁶ Gejala seperti ini juga dapat dijumpai dalam aktivitas ngopi yang dianggap sebagai rutinitas baru. Mengonsumsi kopi tidak hanya dimaknai untuk menikmati kopi saja namun untuk memenuhi kebutuhan akan eksistensi diri dan gaya hidup.

Gaya hidup konsumsi merupakan sikap yang ditunjukkan dengan adanya pola hidup serba mewah dan instan. Praktik konsumsi dapat dilihat dalam pemakaian barang-barang yang memiliki nilai mahal dan kualitas tinggi demi mencapai kepuasan diri dan kesenangan semata. Di mana sebagian besar masyarakat hanya mengikuti tren sebagai upaya mencari

²⁶ Aida Hanifa, *Di Bawah Secangkir Kopi: Starbucks Sebagai Arena Konsumsi Simbolik Kelas Menengah Metropolitan*, Jurnal Scripta Societa Jurusan Sosiologi Pembangunan Universitas Negeri Jakarta Indonesia, 2005, 42.

dan mengekspresikan jati diri masing-masing individu. Penanaman benih-benih konsumsi yang dilakukan secara terus-menerus mengakibatkan bergulirnya kebutuhan dalam bertahan hidup menjadi pemenuhan hasrat dan harga diri.²⁷

Gaya hidup menggambarkan suatu cerminan tindakan untuk mengonsumsi komoditas-komoditas yang bernilai tinggi. Agar mendapatkan pengakuan dari orang lain atas kemampuan dan *prestise* yang dimiliki masing-masing individu. Di sisi lain, keadaan tersebut akan berdampak pada kesehatan finansial.²⁸

Konsumerisme masyarakat merupakan kajian sentral dalam gagasan Jean Baudrillard yang mengungkapkan gejala tindakan konsumsi secara menyeluruh dan mengarah pada gaya hidup serba modern. Orientasi tindakan konsumsi tidak hanya tertuju pada objek tertentu saja namun melebihi hal tersebut. Pemikiran Baudrillard mendapat pengaruh pemikiran dari tokoh-tokoh sebelumnya seperti tokoh Psikolog yang bernama Lecanian, Sausurrian dan Marxis. Kontribusi dari beberapa tokoh tersebut membuat Baudrillard berasumsi bahwa objek konsumsi mengandung simbol-simbol tertentu yang memuat ekspresi.²⁹

Melalui objek konsumsi yang menanamkan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat. Pada intinya di dalam objek konsumsi

²⁷ Subandy. *Ectasy Gaya Hidup*, (Jakarta: Grasindo, 1997), 45.

²⁸ Khilid Fitriyah, *Hubungan Harga Diri Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang*. Skripsi S1, Malang: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Malang, 2016. 78.

²⁹ Muhammad Azwar, *Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan Upaya Putakawan Mengidentifikasi Realitas*. Jurnal Ilmu Pustaka & Kearsipan Khijannah Al-Hikma, Vol. 2 No. 1, 2014. 3-4.

disisipkan simbol-simbol tertentu yang dibungkus dengan konsep manipulasi. Ketika masyarakat membeli suatu barang di mana fungsi dari barang tersebut bukan untuk kebutuhan yang harus dipenuhi. Melainkan sekedar simbol atas terwujudnya penghargaan, kedudukan dan status sosial dari masyarakat yang memandangnya. Sudut pandang masyarakat mengenai praktik konsumsi tidak berlandaskan pada *use value* atau *exchange value*, akan tetapi diganti dengan istilah *symbolic value*. Artinya, seseorang tidak akan mengonsumsi objek dengan dasar nilai tukar maupun nilai guna.

Namun lebih fokus pada nilai simbolik ataupun tanda yang terstruktur dan transendental. Penyebab utamanya bersumber dari proposisi iklan yang dominan. Sehingga menciptakan persepsi masyarakat agar mencapai pamor yang tinggi. Dengan menghilangkan sifat asli dari suatu produk yang sejatinya berguna untuk memenuhi kebutuhan seseorang dalam mempertahankan hidupnya. Konsep manipulasi iklan berujung pada gaya hidup yang tertanam dalam aktivitas sehari-hari masyarakat.³⁰

Tindakan konsumsi merupakan suatu motif yang berasal dari individu agar dilakukan secara konsisten dan tidak terbatas. Dalam kegiatan konsumsi seseorang bukan hanya menggunakan barang tertentu saja namun dapat mencakup jasa dan relasi dengan banyak orang. Produktivitas suatu barang yang semakin beragam memicu tingginya

³⁰ Ibid., 10-15.

kegiatan konsumsi. Melalui promosi iklan yang menciptakan minat beli dan daya tarik suatu produk. Menanamkan sifat boros yang merupakan perilaku membuang-buang harta agar terlihat mewah dan terkesan glamor. Pemborosan di tengah masyarakat menjadi benar karena dianggap sebagai penyeimbang antara kontradiksi yang berasal dari kalangan berkuasa dengan kalangan bawah. Pemborosan yang berlebihan membuat kondisi keuangan semakin berkurang sampai habis. Konsep konsumerisme dengan sifat boros memiliki keterkaitan yang begitu besar karena termasuk ke dalam gaya hidup yang dialami masyarakat era modern.³¹

Pada zaman ini, masyarakat konsumsi tidak berlandaskan kepada kelas sosial namun lebih tertuju pada kemampuan konsumsi tiap individu. Siapa pun dapat bergabung dalam kelompok sosialita tertentu maupun kelompok apa pun yang dianggap mampu mengikuti praktik konsumsi dari kelompok tersebut. Kegiatan konsumsi lebih fokus pada rangkaian aktivitas yang terstruktur dalam memperoleh barang dari tindakan membelanjakan pendapatan. Tindakan tersebut menunjukkan bahwa barang sebagai nilai simbolik ataupun tanda dari pencapaian suatu penghargaan atas diri sendiri atau *prestise*.

Pada intinya gagasan Baudrillard membedakan antara arti dengan realitas. Adanya realitas baru yang dilakukan secara terus-menerus akan menspekulasikan masa depan. Munculnya realitas yang berimplikasi pada

³¹ Fadhilah. *Relavansi Logika Sosial Konsumsi Dengan Budaya Konsumerisme Dalam Perspektif Epistemologi Jean Baudrillard*. Jurnal Kybernan. Vol. 2, No. 1, 2011. 45-46.

objek konsumsi disertai dengan simbol-simbol di dalamnya. Melalui media yang turut berperan aktif untuk mengonstruksikan kesamaan tingkah laku di tengah masyarakat. Tidak hanya itu, media mempunyai pengaruh besar dalam menyebarkan tanda-tanda dan membuat masyarakat berperilaku seragam. Akibat yang dapat dirasakan lebih mengacu pada pertukaran pola nalar seseorang dan kekuatan konsumerisme.³² Praktik konsumsi di tengah masyarakat berada pada keadaan yang dirancang dan diatur oleh penguasa-penguasa modal. Dengan keadaan demikian, memudahkan para penguasa untuk memproduksi barang dengan jumlah sebesar-besarnya. Di mana pada akhirnya masyarakat dipusatkan agar mencapai status sosial maupun *prestise*. Para penguasa modal secara tidak langsung mendoktrin konsumen untuk mendapatkan kemuliaan atas individu yang berlebihan. Indoktrinasi ideologi konsumerisme di tengah masyarakat merupakan suatu bentuk simulasi dari objek palsu.

Di mana eksistensi kegunaan atau manfaat objek bukan menjadi tujuan utama atau yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat. Melainkan hanya untuk meniru tawaran iklan dan mengikuti gaya hidup kelompok yang ada di sekitar individu. Oleh karena itu, praktik konsumsi memperoleh reaksi aktif konstruksi simbolik atas pencapaian identitas kolektif yang berdampak pada cara hidup individu. Baudrillard mengungkapkan bahwa tindakan konsumsi tidak sekedar menyangkut

³² Yasraf Amir Pliang, *Dunia yang Dilipat Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*, (Yogyakarta: Jalasutra, 2006), 89.

aspek ekonomi dan berlandaskan keinginan yang dirasionalkan saja. Namun dikarenakan nilai-nilai budaya yang masih melekat serta penafsiran sosial cenderung menimbulkan gaya hidup di tengah masyarakat.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Peneliti menetapkan untuk menggunakan jenis penelitian kualitatif. Sebagai metode penelitian yang akan mengungkapkan makna atas fenomena-fenomena dalam masyarakat. Dalam penelitian kualitatif lebih memusatkan pada dinamika sosial masyarakat yang cenderung memiliki makna tertentu. Berdasarkan data yang diperoleh dari subjek penelitian yang selanjutnya akan dianalisis dan diuraikan untuk memahami dinamika yang sedang terjadi.³³ Melalui dinamika sosial sebagai pendekatan dalam penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan suatu fenomena secara terperinci dan detail. Yang mana peneliti merencanakan pelaksanaan penelitian dengan teliti agar memperoleh data yang sesuai.³⁴

Cresswell mengartikan metode penelitian kualitatif merupakan strategi yang ditujukan untuk mencari dan mendapatkan gejala dari dinamika sosial. Dengan cara peneliti melakukan kegiatan wawancara yang disertai beberapa pertanyaan dari informan atau narasumber. Data yang diperoleh dapat berupa tulisan, deskripsi perilaku dan ungkapan yang dapat dicermati dan dianalisis. Peneliti berupaya melihat gejala dinamika sosial dalam penelitian, serta berupaya agar dapat menunjukkan makna dalam dinamika sosial baik dari yang dilihat maupun didengar oleh peneliti. Pelaksanaan penelitian kualitatif melalui

³³ W. Lawrence Nueman, *Metode Penulisan Sosial : Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, (Jakarta: PT. Indeks Jakarta, 2013), 40.

³⁴ John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010), 147.

kegiatan wawancara secara mendalam kepada beberapa informan yang bermaksud untuk mengungkapkan beberapa gejala gaya hidup di *Coffee Shop*. Maka dari itu, peneliti ingin menjelaskan aktivitas ngopi masyarakat zaman sekarang yang dijadikannya sebagai gaya hidup dan perilaku konsumtif. Keberadaan *Coffee Shop* menyimpan peranan besar dalam perkembangan gaya hidup masyarakat.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, mengambil beberapa tempat yang ada di Kota Sidoarjo. Di antaranya adalah kafe Labudda yang terletak di Desa Pagerwojo, Kecamatan Buduran, Kafe Kedai Tepi Teras yang terletak di Desa Sidokumpul, Kecamatan Sidoarjo, Kafe Pinilih terletak di Desa Juwet Kenongo, Kecamatan Porong dan Angkringan Stasiun Tanggulangin yang terletak di Desa Kali Tengah, Kecamatan Tanggulangin. Peneliti memilih tempat-tempat tersebut sebagai lokasi penelitian, dikarenakan peneliti ingin mengetahui aktivitas ngopi dari kafe yang terletak di wilayah perkotaan dengan kafe yang berada di pinggiran kota.

Sebagaimana kafe yang digunakan sebagai tempat *hangout*, *refresing* dan melakukan aktivitas-aktivitas lainnya. Sedangkan waktu yang diperlukan dalam melakukan penelitian ini adalah 3 bulan. Proses penelitian yang memerlukan wawancara mendalam kepada subjek peneliti untuk mendapatkan informasi yang valid dan lengkap. Setiap lokasi yang diambil oleh peneliti memiliki operasional waktu yang berbeda-beda dalam membuka tempatnya. Sehingga peneliti berusaha memahami kondisi di beberapa tempat yang

digunakan sebagai lokasi penelitian agar sesuai dengan estimasi waktu yang telah ditentukan.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ditentukan dengan cara *purposive*. Artinya pemilihan subjek penelitian berdasarkan pada tujuan yang akan dicapai. *Purposive Sampling* adalah pemilihan subjek penelitian yang tidak menentukan jumlah informan melainkan lebih fokus pada substansi, kapasitas dan integritas informasi. Dengan mempertimbangkan subjek penelitian agar mendapatkan informasi yang valid.³⁵ Dalam penelitian ini yang menjadi subjek penelitian adalah masyarakat dari berbagai kalangan yang mencakup usia, gender dan status. Di mana mereka sering mengunjungi *Coffee Shop* di Sidoarjo sebagai aktivitas di setiap harinya. Penulis menyertakan deskripsi informan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 3.1

Deskripsi Subjek Penelitian

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

³⁵ Ibid., 14-18.

No.	Nama	Usia	Pekerjaan
1.	Izar	16	Pelajar
2.	Radin	15	Pelajar
3.	Gery	25	Penjual Alat Tato
5.	Tia	24	Admin Online Shop
6.	Dewi Nur Irma Safitri	19	Mahasiswi
7.	Achmad Efendi	27	Freelance
8.	Ipung	35	Branch Manager
9.	Riko Simanjutak	31	Bisnis Warung Kopi
10.	Prihartini	46	Instruktur Pelatihan Kecantikan

D. Tahap-tahap Penelitian

Terdapat beberapa tahap yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, di antaranya adalah:

1. Tahap Pra Lapangan

Dalam tahap pra lapangan diperlukan susunan rancangan penelitian di mana peneliti harus mendapatkan izin untuk melakukan penelitian dari pihak pemilik kafe agar peneliti bisa melakukan wawancara kepada beberapa pelanggan atau pengunjung yang berada di tempat tersebut. Dalam hal ini, peneliti harus sudah mempersiapkan segala hal yang berkaitan dengan penggalan data. Peneliti harus memperhatikan

ketentuan-ketentuan yang berlaku di lapangan sehingga tidak ada pertentangan antara peneliti dengan pihak pemilik kafe maupun informan.

2. Tahap Lapangan

Pada tahap ini, peneliti mendatangi lokasi penelitian dengan maksud memahami kondisi dan situasi yang sedang terjadi. Selanjutnya pelaksanaan pengumpulan data menggunakan cara wawancara disertai dengan dokumentasi. Observasi yang dilakukan oleh peneliti melalui mengamati aktivitas apa saja yang dilakukan dan mencari waktu yang tepat untuk mengajukan pertanyaan kepada informan. Sehingga informan tidak merasa terganggu akan kehadiran peneliti.

3. Tahap Penulisan Laporan

Pada tahap penulisan laporan, peneliti menganalisis data dari hasil wawancara dengan informan. Dilanjutkan dengan analisis menggunakan pendekatan teori yang sudah ditentukan sebelumnya dan relevan dengan topik penelitian. Penulisan laporan menyesuaikan dengan hasil yang didapatkan tanpa menambahi ataupun mengurangi data dari informan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik dengan cara pengumpulan data secara langsung yakni observasi, wawancara, studi pustaka serta diskusi dengan beberapa kelompok yang ada kaitannya dengan penelitian.³⁶ Dengan menggunakan teknik observasi, peneliti berusaha

³⁶ John W. Creswell, *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010), 147.

mendapatkan beberapa informasi tentang cara bagaimana sebuah realitas dari sebuah objek yang diteliti. Maka dari sini peneliti akan memiliki beberapa data terpercaya yang berkaitan dengan sebuah sikap, kebiasaan serta interaksi dari beberapa pengunjung kedai kopi di Sidoarjo. Jadi, peneliti sendiri ikut andil dalam kegiatan tersebut, serta berusaha juga untuk mendapatkan data yang lebih akurat. Hal ini juga salah satunya juga bertujuan untuk memahami lebih dalam apa yang dimaksud serta tujuan dari beberapa pengunjung kedai kopi di Sidoarjo.

1. Observasi

Teknik observasi atau bisa disebut dengan pengamatan secara langsung ini digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan beberapa data penelitian. Teknik observasi yang dilakukan oleh peneliti bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara umum mengenai beberapa fokus permasalahan yang ingin dikaji di lokasi penelitian. Dalam penelitian observasi ini juga bertujuan untuk memberikan beberapa gambaran yang berkaitan langsung dengan perilaku konsumtif mengonsumsi kopi bagi masyarakat lewat pengamatan-pengamatan yang telah dilakukan oleh peneliti di lapangan.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dalam metodenya, peneliti lebih menekankan pada teknik wawancaranya, khususnya dengan teknik wawancara mendalam atau bisa disebut dengan *depth interview*. Penggunaan metode ini sendiri dilandaskan pada dua hal, yakni: Pertama,

wawancara peneliti disini dapat menggali lebih dalam dan tidak pada apa yang diketahui dan dialami oleh subjek yang diteliti, tetapi pada apa yang tersembunyi di dalam diri subjek penelitian itu sendiri. Kedua, apa saja yang ditanyakan pada subjek bisa mencakup beberapa hal yang bersifat lintas waktu, yang dimaksud disini adalah hal yang berkaitan dengan masa lalu, masa kini, serta masa mendatang.

Jadi, praktiknya sendiri peneliti ikut serta langsung dalam kegiatan minum kopi di *Coffee Shop* bersama masyarakat di Kota Sidoarjo serta berusaha mendapatkan beberapa data melalui wawancara singkat kepada masyarakat yang sedang minum kopi di *Coffee Shop*. Menggunakan tata cara atau panduan dalam wawancara yang berisi beberapa butir pertanyaan yang nantinya akan diajukan pada subjek untuk memudahkan peneliti sendiri dalam melakukan sebuah wawancara, penggalian data serta mendapatkan informasi yang akurat.

3. Dokumentasi

Pengumpulan data yang dilakukan peneliti tidak hanya pengumpulan data primer melalui wawancara dan pengamatan, tetapi juga melalui dokumentasi yang dianggap sebagai data sekunder yang dapat menunjang proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Pada metode dokumentasi pengumpulan data dilakukan melalui pencatatan hasil pengamatan, untuk itu pada metode ini dianggap mudah dari metode lainnya. Dilakukan dengan mencatat semua hal yang terjadi pada saat pengambilan dokumentasi yaitu pencatatan segala informasi mengenai aktivitas ngopi

yang menjadi sebuah gaya hidup baru serta terbentuknya perilaku konsumtif secara terus menerus.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kualitatif ialah usaha yang dilakukan dengan menggunakan cara berjalan serta bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilahnya menjadi sebuah satuan yang nantinya dapat dikelola, menyintesis, mencari serta juga menemukan pola, dan menemukan yang penting dan apa yang sekiranya dipelajari lalu memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.³⁷ Menurut Mathew B. Miles dan Michael Huberman terdapat 3 proses analisis data kualitatif yaitu:³⁸

1. Reduksi Data

Reduksi data yakni merupakan proses merangkum data serta juga penyederhanaan dengan cara memfokuskan data sesuai dengan topik maupun judul penelitian.

2. Penyajian Data

Langkah selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data yaitu kumpulan informasi yang tersusun dan dapat memberikan kemungkinan adanya pengambilan tindakan dan penarikan kesimpulan. Data dalam penelitian kualitatif, disajikan secara deskriptif dan tidak berbentuk tabel.

³⁷ Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2009), 248.

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2007), 337.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah suatu proses akhir dalam mengkaji data. Penarikan kesimpulan yakni pendefinisian data yang akan dikemukakan. Pada tahap akhir yang nantinya dilakukan oleh peneliti setelah semua rangkaian pengorganisasian data yang telah dilakukan secara sistematis yaitu proses penarikan kesimpulan.

G. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Selama proses penelitian berlangsung di mana peneliti di sini akan menjumpai keabsahan data. Apabila di lapangan telah dilakukan kebenaran yang menjadi ketepatan sebuah realitas sebagai objek penelitian dengan data yang telah didapatkan dan diungkapkan oleh peneliti. Sehingga, dari hasil penelitian ini bisa memberikan manfaat untuk masyarakat.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB IV
AKTIVITAS NGOPI SEBAGAI GAYA HIDUP MASYARAKAT
KONSUMSI *COFFEE SHOP* SIDOARJO

A. Gambaran Umum Tempat Penelitian

1. Kondisi Geografis Kabupaten Sidoarjo

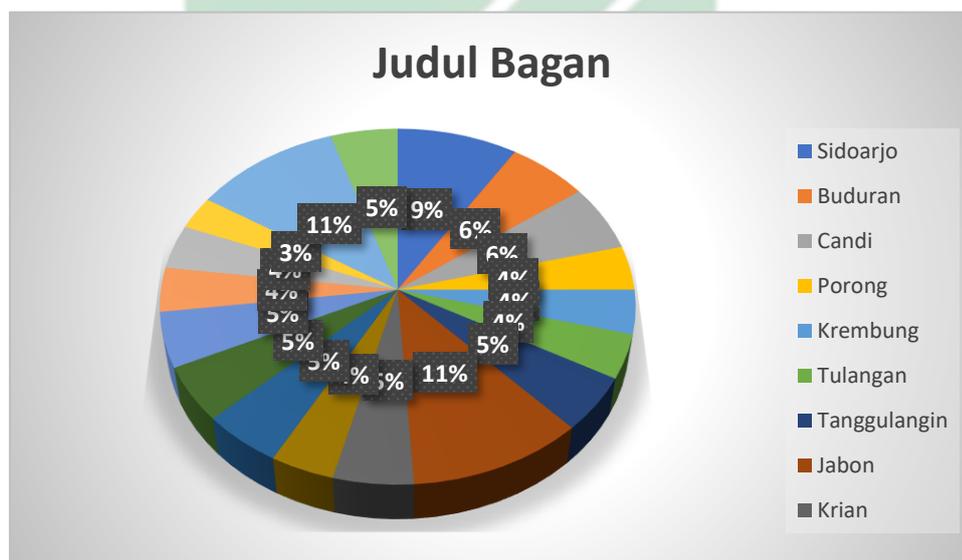
Kabupaten Sidoarjo merupakan sebuah kabupaten yang di himpit oleh dua sungai yakni Sungai Porong dan Sungai Surabaya, sehingga terkenal sebagai Kota Delta. Wilayah administrasi Kabupaten Sidoarjo sendiri terdiri dari wilayah daratan dan wilayah lautan. Luas wilayah daratannya sendiri sebesar 714,245 Km² dengan luas wilayah lautan berlandaskan perhitungan GIS sampai dengan 4 mil ke arah laut adalah sebesar 201,6868 Km². Secara administratif, Kabupaten Sidoarjo tercatat dalam Provinsi Jawa Timur dengan beberapa batas administrasi di antaranya adalah:

- Sebelah Utara : Kota Surabaya dan Kabupaten Gresik
- Sebelah Timur : Selat Madura
- Sebelah Selatan : Kabupaten Pasuruan
- Sebelah Barat : Kabupaten Mojokerto

Kabupaten Sidoarjo berada di antara 112,5° – 11,9° BT dan 7,3°-7,5° LS dan terbagi atas 18 kecamatan, 322 desa, 31 kelurahan. Agar mudah dipahami maka pembagian wilayah administrasi dan luas di setiap kecamatan yang ada di Kabupaten Sidoarjo akan disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.1
Luas Setiap Kecamatan di Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama Kecamatan	Jumlah		Luas Wilayah (Ha)
		Desa	Kelurahan	
1.	Sidoarjo	10	14	6.256,00
2.	Buduran	15	-	4.102,50
3.	Candi	24	-	4.066,80
4.	Porong	13	6	2.982,30
5.	Krembung	19	-	2.955,00
6.	Tulangan	22	-	3.120,50
7.	Tanggulangin	19	-	3.229,00
8.	Jabon	15	-	8.099,80
9.	Krian	19	3	3.250,00
10.	Balombendo	20	-	3.140,00
11.	Wonoayu	23	-	3.392,00
12.	Tarik	20	-	3.606,00
13.	Prambon	20	-	3.422,50
14.	Taman	16	8	3.153,50
15.	Waru	17	-	3.032,00
16.	Gedangan	15	-	2.405,80
17.	Sedati	16	-	7.943,00
18.	Sukodono	19	-	3.267,80
	Total	322	31	71.424,50



Gambar 4.1 Diagram Luas Wilayah Kecamatan di Kabupaten Sidoarjo

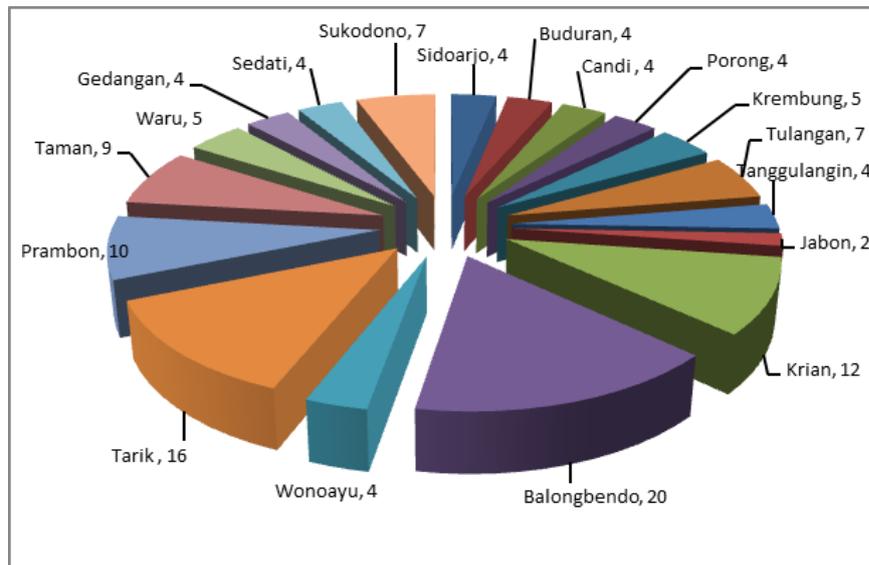
Kabupaten Sidoarjo sendiri terletak pada kemiringan tanah 2% serta ketinggiannya 0-25 meter dpl. Kabupaten Sidoarjo mempunyai dua spesifikasi air tanah. Di wilayah timur Sidoarjo seluas 214,20 km² dengan ketinggian 0-3 meter dpl yakni air tawar, yang banyak digunakan untuk permukiman, perdagangan dan perkantoran. Di wilayah barat Sidoarjo 208,56 dengan air tawar yang banyak digunakan untuk sektor pertanian. Secara umum air tanah memiliki kedalaman berkisar antara 0-5 m dari permukaan tanah. Sesuai dengan karakteristik topografinya yang mempunyai tiga kelas yakni:

- 0-3 meter adalah wilayah pantai dan pertambakan yang berair asin atau payau terletak di bagian timur dengan luas 27.011,25 Ha atau 37,82%.
- 3-10 meter adalah wilayah bagian tengah berhubungan dengan jalan protokol yang berair tawar seluas 25,889 Ha atau 36,24%.
- 10-25 meter berada di wilayah bagian barat dengan luas 18.524 Ha atau 25,95%.

Agar mudah dipahami mengenai ketinggian tempat dari permukaan laut setiap Kecamatan di Kabupaten Sidoarjo yang ditunjukkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.2
Ketinggian Tempat di Kabupaten Sidoarjo

No.	Nama Kecamatan	Luas Wilayah (Ha)	Tinggi Rata-rata (m/dpl)
1.	Sidoarjo	6,256.00	4
2.	Buduran	4,102.50	4
3.	Candi	4,066.80	4
4.	Porong	2,982.30	4
5.	Krembung	2,955.00	5
6.	Tulangan	3,120.50	7
7.	Tanggulangin	3,229.00	4
8.	Jabon	8,099.80	2
9.	Krian	3,250.00	12
10.	Balongsendo	3,140.00	20
11.	Wonoayu	3,392.00	4
12.	Tarik	3,606.00	16
13.	Prambon	3,422.50	10
14.	Taman	3,153.50	9
15.	Waru	3,032.00	5
16.	Gedangan	2,405.80	4
17.	Sedati	7,943.00	4
18.	Sukodono	3,267.80	7
	Total	71,424.50	



Gambar 4.2 Ketinggian Tempat di Kabupaten Sidoarjo

2. Jumlah Kepadatan Penduduk di Kabupaten Sidoarjo

Kependudukan adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam proses perencanaan, variabel kependudukan yang akan dijelaskan antara lain adalah besarnya jumlah penduduk dan kepadatan penduduk Kabupaten Sidoarjo yang didasarkan pada kelompok umur. Mengenai kepadatan penduduk di Kabupaten Sidoarjo yang dilakukan pendataan pada tahun 2010 yaitu 28 jiwa/Ha. Kepadatan penduduk yang tertinggi berada di Kecamatan Waru dengan total penduduk sekitar 69 jiwa/Ha. Berbeda dengan wilayah kepadatan penduduk yang terkecil berada di Kecamatan Jabon yang berjumlah 7 jiwa/Ha. Agar mudah dalam memahami jumlah dan besarnya kepadatan penduduk di Kabupaten Sidoarjo bisa dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.3

Jumlah dan Kepadatan Penduduk di kabupaten Sidoarjo

No	Nama Kecamatan	Luas Wilayah (Ha)	Jumlah Penduduk (jiwa)	Kepadatan (jiwa/Ha)
1	Sidoarjo	6,256.00	201,433	32
2	Buduran	4,102.50	88,958	22
3	Candi	4,066.80	135,434	33
4	Porong	2,982.30	89,129	30
5	Krembung	2,955.00	68,764	23
6	Tulangan	3,120.50	82,975	27
7	Tanggulangin	3,229.00	111,231	34
8	Jabon	8,099.80	58,274	7
9	Krian	3,250.00	114,755	35
10	Balombendo	3,140.00	69,797	22
11	Wonoayu	3,392.00	76,981	23
12	Tarik	3,606.00	61,966	17
13	Prambon	3,422.50	77,403	23
14	Taman	3,153.50	202,155	64
15	Waru	3,032.00	210,592	69
16	Gedangan	2,405.80	120,096	50
17	Sedati	7,943.00	91,175	11
18	Sukodono	3,267.80	103,643	32
Total		71,424.50	1,964,761	28

3. Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Sidoarjo

Secara umum, susunan pertumbuhan ekonomi di kabupaten Sidoarjo mengalami peningkatan di setiap tahunnya. Meskipun terdapat beberapa sektor yang mengalami penurunan. Pendistribusian PDRB pada tahun 2009 di Kabupaten Sidoarjo yang terbesar yaitu dalam sektor industri dan pengolahannya dengan capaian berkisar 46,95% serta diiringi sektor perdagangan yang berjumlah 27.29% dan sektor angkutan komunikasi berjumlah 11%.

a. Sektor pertanian

Kontribusi sektor pertanian pada tahun 2008 berkisar 3,36% dibandingkan dengan tahun 2009 berjumlah 3,29%. Tidak hanya itu, sektor pertanian mengalami pertumbuhan ekonomi tertinggi dengan jumlah 3,49% dibandingkan dengan pertumbuhan yang terjadi pada tahun 2008 berkisar 1,75%. Hal ini sendiri tidak bisa lepas dari musim dan pola tanam yang sangat dominan pada tahun 2009. Berbeda dengan tahun 2008 di mana curah hujan atau hari hujan tidak tinggi. Namun untuk mengetahui bahwasanya lahan pertanian di Kabupaten Sidoarjo semuanya menggunakan sistem irigasi dengan keadaan topografi dataran rendah, yang menyebabkan curah hujan meninggi dan mengakibatkan produktivitas tanaman semakin menurun. Jika melihat dari segi pertumbuhannya sendiri, terdapat sebagian sub sektor yang melambung naik pada tahun 2009 yakni sub sektor tanaman pangan, perkebunan, serta perikanan kecuali pada sub sektor tanaman dan peternakan yang menurun dengan total sejumlah 1.50%. Pertumbuhan yang tinggi dialami sub. sektor perikanan yang berjumlah 5, 23% serta sub. sektor tanaman sebagai bahan makanan berjumlah 3,10%. Sedangkan sub. sektor perkebunan mengalami pertumbuhan yang statis dengan jumlah pertumbuhan sebesar 0,06%.

b. Sektor industri pengolahan

Sektor industri memiliki peran yang begitu krusial dalam PDRB Kabupaten Sidoarjo yakni berjumlah 47,95% di tahun 2008 dan di tahun 2009 menurun sekitar 46,95%. Berbeda di tahun 2009 dengan pertumbuhan riil yang mempunyai nilai tambah berjumlah 2,02% semakin lambat dibandingkan tahun 2005 dengan pencapaian berkisar 3,88%. Salah satu penyebab turunnya pertumbuhan adalah Penurunan ini salah satunya disebabkan adanya bencana lumpur yang melahap sekitar 21 perusahaan sedang serta 2.335 UMKM.

Sektor industri terdiri dari 9 sub. sektor dan 4 sub sektor yang melambung naik sehingga begitu berarti untuk pertumbuhan ekonomi Kabupaten Sidoarjo Provinsi Jawa Timur. Tidak hanya karena hilangnya sebagian perusahaan besar dan UMKM saja melainkan juga karena penurunan sektor industri yang signifikan. Besarnya pengaruh membuat pertumbuhan sektor industri semakin lambat di antaranya adalah:

- Sebagian industri besar, terutama bahan baku yang diimpor dari tahun 2008-2009 masih terkena imbas akan adanya krisis global.
- Tidak seimbangny suatu sistem serta keamanan yang dikarenakan penuhnya demonstrasi buruh hingga korban bencana lumpur lapindo.

- Peraturan yang kerap mengalami perubahan.
- Rendahnya sumber daya manusia (SDM). Yang mana terdapat “biaya” bagi tenaga kerja yang memiliki gaji tinggi akan tetapi tidak diimbangi dengan sumber daya manusia yang baik.
- Terhambatnya transportasi yang disebabkan bencana lumpur.

c. Sektor perdagangan, hotel dan restoran

Secara nasional, sektor perdagangan, hotel dan restoran berkaitan erat dengan sektor lainnya yaitu sektor industri pengolahan. Apabila sektor industri pengolahan mengalami peningkatan maka akan sejalan dengan sektor perdagangan, hotel dan restoran. Namun beberapa hasil produksi dari industri di wilayah ini lebih mengutamakan ekspor. Pada akhirnya menurunnya pertumbuhan pada sektor industri tidak akan berdampak pada sektor perdagangan, di mana mayoritas pelaksana pasarnya yaitu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Berdasarkan pada tahun 2008, di mana sektor perdagangan mengalami pertumbuhan yang berjumlah 11,58% dibandingkan tahun 2009 yang mencapai pertumbuhan berjumlah 5,17%. Walaupun di tahun sebelumnya mengalami keterlambatan namun tetap kontribusi terbesar berasal dari sektor perdagangan, hotel

dan restoran terhadap PDRB sehingga meningkat menjadi 27,28% dari 27,14% di tahun 2008. Sektor perdagangan, hotel dan restoran meliputi tiga sub sektor, yaitu sub. sektor perdagangan, sub. sektor hotel serta sub, sektor restoran. Pertumbuhan yang tinggi terjadi pada sub. sektor perdagangan yang selanjutnya diikuti sub. rektor restoran dengan jumlah 3,42% dan yang terakhir sub. sektor perhotelan memiliki jumlah berkisar 2,64%.

4. *Coffee Shop* di Kabupaten Sidoarjo

Beragamnya penyebutan nama yang awal mulanya dari *Coffee Shop*, kafe, kedai kopi hingga angkringan. Menjamurnya kafe di Kabupaten Sidoarjo bukan menjadi tempat yang asing bagi masyarakat. Terlihat jelas dari banyaknya kafe yang ada di Kabupaten Sidoarjo menjadi pemandangan sehari-hari. Dengan konsep desain, menu yang bervariasi, harga terjangkau sampai hiburan yang menyenangkan merupakan daya tarik tersendiri. Tidak dipungkiri jika aktivitas ngopi menjadi gaya hidup masyarakat Sidoarjo.

Dalam hal ini, peneliti menetapkan beberapa data kafe atau angkringan yang berada di beberapa Kecamatan di Kabupaten Sidoarjo. Di antara Kecamatan tersebut adalah bertempat di Kecamatan Sidoarjo, Kecamatan Buduran, Kecamatan Porong dan Kecamatan Tanggulangin. Adapun alamat beberapa kafe atau kedai kopi yang peneliti ambil untuk mendapatkan data dari informan sebagai berikut:

Tabel 4.4

Alamat Kafe atau Kedai Kopi

No.	Coffee Shop	Alamat
1.	Kafe Labudda	Jl. Kav. DPR III No. 5, Nggrekmas, Desa Pagerwojo, Buduran.
2.	Kedai Tepi Teras	Jl. Ahmad Yani No. 27, Desa Sidokumpul, Sidoarjo.
3.	Kafe Pinilih	Jl. SMA Negeri Gondang Selatan Desa Juwet Kenongo, Porong.
4.	Angkringan Stasiun Tanggulangin	Jl. Raya Tanggulangin, Desa Kalitengah, Tanggulangin.

a. Kafe Labudda



Gambar 4.3 Kafe Labudda

Kafe Labudda bertempat di Jl. Kav. DPR III No. 5, Nggrekmas, Desa Pagerwojo, Kecamatan Buduran, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Kafe Labudda sangat menarik sehingga banyak pengunjung yang berdatangan. Suasana kafe dengan dua area, yaitu *indoor* dan *outdoor*. Area *indoor* begitu cocok untuk pengunjung yang ingin menikmati fasilitas *wifi* dan membutuhkan akses internet yang cepat. Sedangkan area *outdoor* lebih cocok untuk pengunjung yang ingin menikmati suasana sejuk dengan semilir angin serta beberapa lampu

sebagai cahaya pendukung ketika malam hari. Sedangkan Tempat ini memiliki *vibes* kekinian terlihat dari konsep penggabungan alam dan desain yang modern. Terdapat banyak varian menu yang ditawarkan, mulai dari kisaran harga Rp 15.000 hingga Rp 28.000 ke atas. Menu yang disajikan berupa minuman baik dari kopi hingga minuman non kopi. Begitu pun dengan makanannya dari jenis makanan ringan hingga makanan berat sudah tersedia. Kafe ini buka pada pukul 10.00 sampai pukul 21.00 WIB.³⁹

b. Kedai Tepi Teras



Gambar 4.4 Kedai Tepi Teras

Kedai Tepi Teras bertempat di Jl. Ahmad Yani No. 27, Desa Sidokumpul, Kecamatan Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Kedai Tepi Teras memiliki tempat yang sangat luas, sehingga dapat menampung pengunjung yang sangat banyak. Suasana kafe cukup sejuk karena hembusan angin dapat dirasakan secara langsung. Keberadaan kafe di persimpangan jalan semakin memudahkan

³⁹ Ainaya Wilda Silvana, “Nongkrong Sore di Labuda Kafe”, diakses pada tanggal 31 Januari 2022. <https://brisik.id/read/67164/nongkrong-sore-di-labuda-kopi>.

pengunjung untuk mengakses. Tidak hanya itu pengunjung bisa menikmati pemandangan keramaian Kota Sidoarjo yang ramai akan pengendara motor maupun mobil di jalan. Kedai Tepi Teras juga memberikan hiburan *live music* agar pengunjung merasa lebih nyaman untuk mengisi waktu luangnya dengan berada di kafe. Kedai Tepi Teras buka setiap hari pada pukul 09.00 sampai pukul 22.00 WIB. Sedangkan untuk menu yang disediakan mulai dari kisaran harga Rp 15.000. Menu yang disajikan berupa minuman baik dari kopi hingga minuman non kopi. Begitu pun dengan makanannya dari jenis makanan ringan hingga makanan berat juga telah tersedia.

c. Kafe Pinilih



Gambar 4.5 Kafe Pinilih

Kafe Pinilih terletak di Jl. SMA Negeri Gondang Selatan Desa Juwet Kenongo, Kecamatan Porong, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Kafe Pinilih memiliki desain yang begitu khas, yaitu setiap furnitur dan bangunannya tidak lepas dari bambu. Ditambah dengan adanya beberapa wayang yang dapat dilihat oleh pengunjung, sehingga memberikan kesan memiliki keunikan tersendiri serta konsep tradisional dan budaya yang begitu melekat. Meskipun

berada jauh dari keramaian, namun kafe ini tetap diminati oleh banyak pengunjung.

Kafe Pinilih juga menyediakan minuman kopi asli, bukan sekedar kopi bubuk biasa. Minuman non kopi pun juga tersedia, serta ada beberapa minuman hangat khas jaman dulu salah satunya adalah wedang uwuh. Sedangkan makanan yang disediakan dari jenis makanan ringan dan makanan berat juga disediakan. Menu-menu tersebut berkisar dari harga Rp 10.000. Kafe ini buka setiap harinya pukul 09.00 sampai pukul 01.00 WIB terkecuali pada hari minggu akan tutup.

d. Angkringan Stasiun Tanggulangin

Angkringan Stasiun Tanggulangin bertempat di Jl. Raya Tanggulangin, Desa Kalitengah, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Angkringan Stasiun Tanggulangin tidak seperti angkringan pada umumnya. Tempat ini tidak memiliki lahan yang cukup luas karena berada di pinggir jalan dengan fasilitas seadanya dan cahaya penerangan dari lampu yang minim.

Meskipun demikian angkringan ini tetap ramai dikunjungi bahkan untuk ngopi di sini terkadang harus mengantri berjam-jam. Angkringan ini menyediakan minuman yang tidak terlalu banyak, namun minuman yang sangat digemari oleh pengunjung adalah teh tarik. Seperti namanya minuman ini di buat dengan cara ditarik. Sedangkan makanannya ada jenis makanan ringan dan berat.

Makanan ringan yang disediakan berbeda dengan makanan ringan yang ada di kafe. Makanan ringan di angkringan cenderung diolah dengan cara di bakar dan nama makanan beratnya pun cukup unik yaitu nasi kucing. Angkringan ini buka setiap harinya terkecuali pada hari minggu dengan jam buka pada pukul 08.00 sampai pukul 01.00 WIB.

B. Gaya Hidup Masyarakat Konsumsi *Coffee Shop* Sidoarjo

Peneliti melakukan observasi di beberapa tempat yang telah ditentukan dengan jangka waktu yang berbeda-beda karena menyesuaikan jam buka. Sepanjang proses observasi berlangsung peneliti berupaya untuk melakukan interaksi bersama pengunjung, sehingga peneliti berhasil mengidentifikasi aktivitas ngopi masyarakat Sidoarjo. Tidak hanya itu, peneliti juga melakukan wawancara untuk mengetahui ketertarikan dan sudut pandang informan mengenai aktivitas-aktivitas yang ada di beberapa *Coffee Shop* Sidoarjo. Setiap sore menjelang malam, kafe tidak akan sepi dari pengunjung justru bertambah ramai terlebih pada hari-hari tertentu seperti *weekend*. Dari beberapa informan yang peneliti wawancara merupakan orang-orang yang kerap mengunjungi kafe di setiap minggunya.

Meskipun kafe yang dikunjungi tidak sama dan bergeser dari kafe satu ke kafe lainnya. Berbicara mengenai gaya hidup, peneliti lebih menggunakan gaya hidup menurut Kotler yang mencerminkan pola hidup seseorang dalam tiga hal yaitu kegiatan (*activity*), minat (*interest*) dan pendapat (*opinion*).

1. Kegiatan (Activity)

Setiap orang tentu memiliki aktivitas sendiri-sendiri dalam menjalankan kehidupannya. Terdapat aktivitas yang berkaitan dengan pekerjaan atau pun sekolah, namun ketika memiliki waktu luang hanya sekedar bersantai biasanya dialihkan dengan pergi ke kafe. Pada umumnya *Coffee Shop* menjadi suatu tempat atau wadah yang digunakan untuk melakukan sebagian aktivitas sehari-hari. Terlebih untuk urusan pekerjaan yang terkadang membutuhkan ruang privat agar tidak diketahui orang lain, maka kafe dapat menjadi tempat alternatif untuk menangani kondisi seperti itu. Dalam hal ini *Coffee Shop* mampu menciptakan kenyamanan tempat kepada pengunjung. Seperti yang diucapkan oleh informan berikut:

“Saya biasanya sambil kerja. Iya terkadang kerjaan di kantor kan gak bisa apa namanya gak bisa kita kerjakan semuanya. Terkadang saya harus mengerjakan sesuatu yang *secret* jadi tidak boleh ketahuan sama orang untuk laporan ke pusat juga jadi saya kerjakan sambil ngopi saja. Lebih enjoy saja sih. Rata-rata saya kalo sambil kerja di kafe sekitar 2 jam.”⁴⁰

Selain itu, kafe dapat menjadi tempat untuk menyelesaikan pekerjaan yang harus dilakukan secara kontak langsung atau bertemu. Kenyamanan yang ditawarkan kafe dapat membantu pengunjung dalam menyelesaikan kepentingannya. Serta menghindarkan perspektif-perspektif negatif masyarakat terhadap apa yang dilakukan seseorang. Tentu kita tidak bisa menyalahkan *mindset* masyarakat yang seperti itu. Oleh sebab itu, salah satu kebiasaan yang bisa dilakukan yaitu mencari tempat dengan

⁴⁰ Ipung, wawancara dengan penulis di Kedai Tepi Teras pada tanggal 30 Januari 2022.

menyediakan rasa nyaman dan aman. Menciptakan momen kebersamaan dengan keluarga dapat dilakukan di kedai kopi. Waktu kebersamaan dengan keluarga merupakan suatu hal yang penting. Sebagaimana yang diucapkan informan berikut:

“Waktu luangnya ya bantu orang, setiap hari saya itu kerjanya bantu orang, bisa dikatakan kalo orang Jawa itu dukun. Justru kalo pasien saya jarang di rumah, kalo ke rumah pun itu untuk orang yang baru kenal. Kalo yang baru itu, memang bener ta kalo rumahnya yai itu di sini, tapi kalo sudah kenal, tamu 2 atau 3x itu pasti saya ke kafe seperti gini ini. kalo di kafe intinya saya itu punya nalar yang lebih bagus terus otak saya lebih brilian daripada di rumah. Di rumah gak enak sama tetangga soalnya terkenal sana saya pinter ngaji. Jadi kalo di rumah, wong pinter ngaji kok dukun. Loh memang kenapa kita pinter ngaji kok dukun salah ta. Daripada banyak omong tetangga persepsinya yang tidak-tidak lebih baik untuk kedua kali ketemunya saya giring di warung kopi atau rumah makan. Family time kayak gini pasti ada. Lebih banyak sama keluarga sih. Karena quality time itu penting. Kalo sendiri gak bisa ada yang cerita meskipun sama teman gak seperti sama pasangan”⁴¹

Keberadaan kafe yang digunakan dengan sebaik mungkin tentu akan menghasilkan manfaat bagi siapa pun. Kafe bisa dijadikan sebagai tempat untuk menyelenggarakan suatu *event-event* tertentu. Dengan suasana dan fasilitas kafe yang begitu mendukung diselenggarakannya suatu kegiatan. Yang mana dari adanya kegiatan seperti itu, juga menguntungkan pemilik kafe baik secara finansial maupun peningkatan konsumen. Seperti yang diungkapkan oleh beberapa informan berikut:

“Ya kita browsing-browsing, kita belajar. Ya banyak sih yang kita kerjakan. Biasanya kita di atas kita kolaborasi dengan owner dan masyarakat. Dengan mengadakan kegiatan *beauty class* apa saja lah yang bermanfaat dan melibatkan

⁴¹ Riko Simanjutak, wawancara dengan penulis di Kedai Tepi Teras pada tanggal 30 Januari 2022.

masyarakat sekitar. Di sini, satu kita kan nyambung internet ya. Yang kedua kita juga kerja sama. Jadi kita butuh tempat tanpa biaya jadi ya di sini. Jadi tinggal bayar makan saja. Kalo di tempat lain saya harus kena cass untuk kegiatan itu saya harus bayar berapa jamnya belum makannya. Kalo di sini saya gratis, tidak bayar untuk tempatnya tinggal makan saja.”⁴²

Tidak hanya untuk kebutuhan pekerjaan semata, aktivitas ngopi di kafe juga dapat dilakukan untuk menyambung silaturahmi dan berinteraksi baik dengan teman ataupun dengan orang lain.

“Kalo aku gini aku mempercayai bahwasannya untuk menyambung tali silaturahmi itu menambah rezeki, itu yang pertama. Kita nggak pernah tahu apa yang akan terjadi jika kita melakukan suatu perkumpulan, contohnya seperti ngopi ya. Kita bisa mengenal orang baru, kenal dengan banyak orang, bisa mendapatkan hiburan dari pada di rumah gak ngapa-apain, mending kita ngopi”.⁴³

Ada pula yang menghabiskan waktu luangnya hanya untuk mencari kesenangan dan suasana baru. Namun terlalu hanyut dengan aktivitas yang dilakukan di kafe sehingga lupa akan waktu yang dihabiskan. Hal tersebut menyebabkan terganggunya aktivitas yang akan dilakukan di keesokan harinya. Sebagaimana yang diungkapkan oleh informan berikut:

“Ke sini biasanya ngopi-ngopi sama teman, bahas kuliah juga sama bahas yang lain. Ya guyonan begitu sama teman gak tahu waktu sampe jam segitu.”⁴⁴

Kebiasaan ngopi tentu didasari dengan motif tertentu agar mendapat sesuatu yang dicari ataupun diinginkan. Salah satunya adalah untuk mengusir kejenuhan, kebingungan dan melepas penat maka

⁴² Prihartini, wawancara dengan penulis di Kafe Pinilih pada tanggal 30 Januari 2022.

⁴³ Achmad Efendi, wawancara dengan penulis di Angkringan Stasiun Tanggulangin pada tanggal 25 Januari 2022.

⁴⁴ Dewi Nur Irma Safitri, wawancara dengan penulis di Angkringan Stasiun Tanggulangin pada tanggal 25 Januari 2022.

membutuhkan hiburan ataupun atmosfer baru yang mampu mengembalikan pikiran agar bisa jernih kembali. Jadi aktivitas ngopi bisa memberikan warna baru bahkan menginspirasi seseorang. Sebagaimana yang diucapkan oleh informan berikut:

“Hal positifnya suasana baru terus nggak bikin jenuh, apalagi untuk anak muda yang lagi kerja kan”.⁴⁵

Hal serupa juga dikatakan oleh informan lainnya.

“Tidak juga sih cuman keinginan buat hiburan. Tempatnya nyaman dan sejuk.”⁴⁶

Kafe juga dapat dijadikan sebagai sarana penyalur hobi. Suatu aktivitas yang didasarkan pada kesenangan dan kegemaran. Dengan cara ini, mereka senang hati meluangkan waktunya untuk memenuhi hobinya. Justru dari hobi tersebut dapat mengurangi rasa penat dan stress akibat padatnya aktivitas sehari hari. Seperti yang dipaparkan oleh informan berikut:

“Kalo di kafe itu enaknya saya terkadang cari yang ada live musiknya. Apalagi di *weekend*. Karenakan saya juga hobi nyanyi, jadi ya itulah salah satu pelampiasan. Kita nyanyi teriak jadi bisa plong untuk mengurangi stressing.”⁴⁷

Dari pemaparan para informan di atas, dapat disimpulkan mereka sangat menikmati aktivitas di kafe. Selain untuk membeli dan menikmati secangkir kopi, bisa dibarengi dengan aktivitas lainnya seperti nongkrong, berkomunikasi, diskusi, *meeting* bahkan membuat suatu

⁴⁵ Gerry, wawancara dengan penulis di Kafe Labudda pada tanggal 15 Januari 2022.

⁴⁶ Dewi Nur Irma Safitri, wawancara dengan penulis di Angkringan Stasiun Tanggulangin pada tanggal 25 Januari 2022.

⁴⁷ Ipung, wawancara dengan penulis di Kedai Tepi Teras pada tanggal 30 Januari 2022.

acara tertentu. Maka dari itu, aktivitas ngopi bisa menghabiskan waktu berjam-jam. Ketika sudah berada pada posisi yang nyaman dan asyik menjadi lupa akan segala hal.

2. Minat (*Interest*)

Ketertarikan berkaitan erat dengan gaya hidup, di mana sebagai makhluk hidup tentu memiliki rasa ketertarikan terhadap sesuatu. ketertarikan atau minat mengacu pada kegairahan dengan perhatian khusus secara terus menerus terhadap suatu objek, peristiwa maupun topik tertentu. Peneliti dapat mengetahui minat pengunjung *Coffee Shop* melalui pengeluaran untuk membeli makanan dan minuman, dalam segi berpakaian atau *fashion* serta penggunaan media sosial.

Dalam hal pendapatan yang dikeluarkan guna membeli makanan dan minuman di kafe, beberapa informan tidak merasa keberatan. Meskipun yang dikeluarkan tidak memiliki sisa sekalipun. Sebagaimana yang diungkapkan informan berikut:

“Kalo pas-pasan ya habis uangnya.”⁴⁸

Hal serupa juga dikatakan oleh informan berikut:

“Kebanyakan itu, range harga kalo keluar ngopi gini sekitar 40-60an”.⁴⁹

Rata-rata pengunjung *Coffee Shop* lebih memilih membeli minuman daripada makanan. Mengingat yang dibutuhkan adalah kualitas waktu

⁴⁸ Izar, wawancara dengan penulis di Kafe Labudda pada tanggal 15 Januari 2022.

⁴⁹ Gerry, wawancara dengan penulis di Kafe Labudda pada tanggal 15 Januari 2022.

digunakan untuk berkomunikasi daripada membeli makanan.

Sebagaimana yang diujarkan informan berikut:

“Aku biasanya pesen minum saja, kopi susu, makan jarang. Karena memang niatnya keluar itu buat ngobrol. Kan kalo sambil makan kan jadi nggak enak begitu.”⁵⁰

Berbagai pilihan makanan yang disediakan semakin menambah kenyamanan. Menu yang bervariasi dapat digunakan sebagai daya tarik konsumen. Melalui proses pembuatan minuman yang unik dengan aksi-aksi tertentu dapat menarik minat konsumen. Seperti yang diungkapkan informan berikut:

“Kisaran kadang 70 80 tergantung anggotanya berapa orang. Kalo minuman teh tarik karena memang ini ya identik dengan angkringan ini kan teh tarik. Karena memang beneran di tarik pure murni kalo makanannya ya sate-satean sosis, scalop, kepala, ayam, tahu bakar, tahu bacem dan nasi kucing itu.”⁵¹

Banyak menu yang ditawarkan kafe dengan kisaran harga yang masih bisa dijangkau. Meskipun pendapat yang dikeluarkan begitu besar tidak menyurutkan minat konsumen. Demi menyenangkan keluarga minuman dan makanan yang dipesan cukup banyak. Seperti yang diucapkan informan berikut:

“Kisaran harga kalo satu keluarga minim saya habis 150 maksimalnya 300. Ya makanan berat, terus makanan ringannya kayak kentang, burger, sosis terus minumannya ya kayak gini-gini ini float. Kalo kopi jarang karena punya riwayat asam lambung.”⁵²

⁵⁰ Gerry, wawancara dengan penulis di Kafe Labudda pada tanggal 15 Januari 2022.

⁵¹ Achmad Efendi, wawancara dengan penulis di Angkringan Stasiun Tanggulangin pada tanggal 25 Januari 2022.

⁵² Riko Simanjutak, wawancara dengan penulis di Kedai Tepi Teras pada tanggal 30 Januari 2022.

Berbeda dengan informan lainnya yang suka membeli minuman kopi dan makanan. Bagi pecinta kopi mengonsumsi minuman kopi menjadi suatu kewajiban, bahkan tidak sah jika belum meminum kopi setiap harinya. Tidak hanya itu, meminum kopi belum merasa nikmat bila tidak dibarengi dengan rokok. Maka kopi dan rokok menjadi dua hal yang tidak bisa di pisahkan. Sebagaimana ucapan informan berikut:

“Antara rata-rata saya keluar uang 50-80 ribu. Iya biasanya saya makanan ringan, terkadang kita nggak enak juga nongkrong lama. Terkadang kalo paling lama saya sampe 3 jam, kalo kita cuman order satu kan gak enak juga ya. Kopi pasti. Pecinta kopi saya. Mungkin dari kafeinnya, saya suka karena lebih menenangkan saja ya, saya enjoy bisa berpikir kalo ngopi. Saya perokok aktif, ya biasanya kalo ngerokok gak ada kopi itu kurang enak. Hanya saja, kafe2 yang ada di daerah Sidoarjo sini, itu kurang variatif untuk menu kopinya, karena pecinta kopi itu lebih cari original blend seperti toraja, aceh gayung, wijen, ciwidey macam2. Lah di sini, 90% kafe yang saya datengin di Sidoarjo tidak menyediakan itu. Jadi lebih ke gaya hidup yang macam cappucino dan vanilla latte yang seperti itu”.⁵³

Mengonsumsi kopi pada masyarakat mulai bertambah pesat. Dibalik rasanya yang pahit, kopi memiliki banyak manfaat untuk kesehatan tubuh. Salah satunya adalah sebagai penambah energi atau melawan rasa kantuk. Sebagaimana yang diucapkan informan berikut:

“Paling kita sekitar 25 30 itu sudah sama makan kalau minum saja sekitar 10 sampe 15 sudah. Itu kita bisa nongkrong ngobrol lama. Kebetulan saya suka kopi hitam, jadi saya ngilangin ngantuknya. Kalo kita kan ngerjakan seperti ini kan butuh konsen butuh mata ini untuk melek ya. Jadi kalo minum kopi hitam saya itu sudah biar gak pusing begitu, mungkin ketergantungan juga sih biar melek dan fokus. Sudah lama saya suka kopi.”⁵⁴

⁵³ Ipung, wawancara dengan penulis di Kedai Tepi Teras pada tanggal 30 Januari 2022.

⁵⁴ Prihartini, wawancara dengan penulis di Kafe Pinilih pada tanggal 30 Januari 2022.

Hal serupa juga diungkapkan informan berikut:

“Tergantung paling sedikit 15rb. Pesen nasi ayam suwir, teh tarik sama angkringan yang lain. Kopi cuman buat seneng-seneng sama nahan ngantuk saja sih.”⁵⁵

Dalam perkembangannya, *fashion* dapat menjadi pemicu gaya hidup seseorang. Bagi sebagian orang, memperhatikan penampilan menjadi hal yang penting. Khususnya penampilan seorang perempuan saat berada di kafe yang dapat meningkatkan kepercayaan diri dan terlihat semakin mengikuti tren *fashion* yang kekinian. Seperti yang di ucapkan informan berikut:

“Kalo aku sih iya, karena cewek ya. Ya biar ootdnya cocok saja. Ya ngikutin tren masa kinilah”.⁵⁶

Fashion atau *style* juga harus di sesuaikan dengan siapa kita akan bertemu. Saat melakukan aktivitas pekerjaan yang berhubungan dengan pertemuan secara langsung di kafe tentu harus memperhatikan penampilan. Terdapat perbedaan *style* ketika melakukan aktivitas pekerjaan dengan aktivitas santai di kafe. Seperti yang diungkapkan informan berikut:

“Nggak sih, seadanya, karena kita fokusnya ke pekerjaan koneksi. Tapi kalo kita memang di butuhkan seperti mengisi acara ya yang pasti saya mengikuti *style* yang dibutuhkan. Kalo seperti ini ya kita santai mau sandal jepit mau apa kan bebas. Maksudnya tidak harus formal seperti di restoran atau yang lebih keliatan mewah atau apa, kan gini santai.”⁵⁷

⁵⁵ Dewi Nur Irma Safitri, wawancara dengan penulis di Angkringan Stasiun Tanggulangin pada tanggal 25 Januari 2022.

⁵⁶ Tia, wawancara dengan penulis di Kafe Labudda pada tanggal 15 Januari 2022.

⁵⁷ Prihartini, wawancara dengan penulis di Kafe Pinilih pada tanggal 30 Januari 2022.

Dengan demikian, penampilan mempengaruhi tujuan masyarakat, terlebih untuk menyelesaikan kepentingan tertentu atau hanya sekedar mencari hiburan, suasana santai dan bersenang-senang. Sebagaimana yang diucapkan informan berikut:

“Bebas ae kan masio melbu ngopi sarungan sualan tok bebas, tapi kalo di kafe kan kita bergerumbul dengan orang2 terpandang, biasanya pakaian juga harus tertata”⁵⁸

Dengan memperhatikan penampilan dapat membawa kebahagiaan baik bagi diri sendiri maupun orang lain. Sebagai bentuk ekspresi diri, *fashion* dapat mengomunikasikan perasaan seseorang kepada orang lain. Meskipun tidak disampaikan secara verbal, namun memiliki pesan-pesan tertentu kepada orang yang melihatnya. Sebagaimana yang dikatakan oleh informan berikut:

“Ya kekinianlah, saya gak mau yang formal-formal gini saja. Ya nyaman istri saya aja suka. Mungkin kalo saya ketemu klien yang memang basicnya islami banget saya pake sarung. Memang tradisi kampung saya pakai sarung sma pakai baju2 kemeja tradisi kampung saya santri.”⁵⁹

Saat ini, setiap orang tidak bisa lepas dari yang namanya media sosial. Hadirnya media sosial pada masyarakat digunakan untuk berkomunikasi secara *online*. Media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat adalah whatsapp, instagram, facebook, tiktok dan youtube. Platform media sosial tersebut memberikan layanan berbagi foto ataupun video secara daring. Melalui konten-konten yang dipublikasikan kepada orang lain sehingga

⁵⁸ Achmad Efendi, wawancara dengan penulis di Angkringan Stasiun Tanggulangin pada tanggal 25 Januari 2022.

⁵⁹ Riko Simanjutak, wawancara dengan penulis di Kedai Tepi Teras pada tanggal 30 Januari 2022.

dapat dilihat baik dalam durasi waktu yang pendek maupun panjang. Media sosial bisa menjadi ajang aktualisasi diri dengan membagi atau memposting aktivitas yang dilakukan sehari-harinya.

Eksistensi diri dapat di salurkan melalui akun-akun media sosial kepada teman yang ada di media sosial. Seperti yang dikatakan informan berikut:

“Ya pastilah, tujuannya ya apalagi kalo bukan itu pamer”⁶⁰

Kebutuhan informasi dapat didapatkan dengan cepat dan mudah diakses melalui media sosial. Pada media sosial terdapat layanan untuk membuat sekumpulan atau kelompok tertentu secara daring. Sehingga memudahkan seseorang yang ingin bertemu dengan teman-temannya secara bersama-sama. Sebagaimana yang dipaparkan informan berikut:

“Sering banget, ya kita menunjukkan ke media sosial, bahwasanya kita adalah orang yang merdeka itu alasannya. Kita tidak terikat dengan apa pun dan siapa pun, kita bebas ngopi di mana pun dengan siapa pun, itu saja sih. Ya sekarang kan ada media sosial namanya whatsapp ya, ketika di grup ada yang, saiki arek iku umume info ngopi, nyaut siji nyaut kabeh. Akhire dadi kesepakatan nang kunu, berangkat.”⁶¹

Dari pemaparan hasil wawancara dengan beberapa informan di atas, dapat disimpulkan bahwa pendapatan atau uang yang dikeluarkan untuk membeli makanan dan minuman tidak menjadi tanggungan yang begitu berat. Bagi masyarakat, membeli makanan dan minuman tidak mengkhawatirkan selagi *budget* dan harga menu yang dipesan masih bisa

⁶⁰ Riko Simanjutak, wawancara dengan penulis di Kedai Tepi Teras pada tanggal 30 Januari 2022.

⁶¹ Achmad Efendi, wawancara dengan penulis di Angkringan Stasiun Tanggulangin pada tanggal 25 Januari 2022.

dijangkau dan terbilang standar. Tidak menutup kemungkinan, pendapatan yang dikeluarkan akan habis hanya digunakan untuk membeli makanan dan minuman di kafe.

Hal tersebut menunjukkan masyarakat rela berperilaku boros demi melakukan aktivitas ngopi di kafe. Membuktikan bahwa mengunjungi *Coffee Shop* atau kafe dapat mengeluarkan uang yang banyak hanya untuk mengisi perut saat melakukan aktivitas ngopi. Sedangkan *fashion* yang digunakan ketika mengunjungi kafe tidak diabaikan begitu saja. Namun menyesuaikan dengan tujuan yang dapat berupa mengerjakan urusan pekerjaan atau hanya sekedar mencari hiburan semata. Selain itu, ketika berada di kafe, media sosial digunakan sebagai sarana publikasi dan penyampaian diri seseorang kepada teman virtualnya. Akibatnya orang lain dapat mengetahui aktivitas-aktivitas personal seseorang yang dilakukan saat berada di kafe secara online.

3. Pendapat (*Opinion*)

Pendapat atau opini setiap orang tentunya berbeda-beda. Terkait aktivitas ngopi yang menjadi sebuah gaya hidup baru bagi masyarakat, dihadapi dengan sudut pandang masing-masing orang. Akibat perbedaan pendapat tersebut melahirkan pola kehidupan baru atau beradaptasi atas perubahan yang terjadi lingkungan sekitar. Dalam hal ini, peneliti menggali opini masyarakat melalui dampak positif dan negatif dari adanya aktivitas ngopi di kafe. Dampak positif yang dirasakan masyarakat dapat

sebagai sarana meningkatkan suasana hati dan meredakan stres. Seperti yang diungkapkan informan berikut:

“Mungkin emang sudah jamannya begitu kali ya buat ngurangi stres lebih enak di kafe ya *Coffee Shop*”⁶²

Ada yang menganggap dampak positif aktivitas ngopi di kafe sebagai sarana mendapatkan relasi atau jaringan pertemanan. Seperti yang diucapkan informan berikut:

“Positifnya kita bisa menambah banyak teman, banyak menambah kenalan-kenalan baru, dan cara kita menghibur diri dengan cara ngopi”.⁶³

Tidak hanya itu, aktivitas ngopi memiliki dampak positif dapat digunakan sebagai sarana edukasi secara non formal. Artinya masyarakat memperoleh wawasan mengenai kehidupan dunia. Sebagaimana yang diucapkan informan berikut:

“Kalo positifnya itu jadi tenang begitu. Terus jadi lebih tahu dunia luar begitu ters pulang malem”.⁶⁴

Hal serupa juga diungkapkan informan berikut:

“Kalo positifnya lebih tahu keadaan lingkungan sekitar, lebih tahu segala sesuatu yang baik dari kehidupan sosial”.⁶⁵

Dampak positif lainnya lebih fokus pada urusan pekerjaan dan mengabaikan dampak negatifnya. Seperti yang diungkapkan informan berikut:

⁶² Tia, wawancara dengan penulis di Kafe Labudda pada tanggal 15 Januari 2022.

⁶³ Achmad Efendi, wawancara dengan penulis di Angkringan Stasiun Tanggulangin pada tanggal 25 Januari 2022.

⁶⁴ Radin, wawancara dengan penulis di Kafe Labudda pada tanggal 15 Januari 2022.

⁶⁵ Riko Simanjutak, wawancara dengan penulis di Kedai Tepi Teras pada tanggal 30 Januari 2022.

“Kalo saya pribadi sih banyak hal positifnya. Cuma karena kita tujuannya di sini hanya untuk fokus ke pekerjaan jadi kita menghiraukan hal negatif”.⁶⁶

Sedangkan dampak

negatif dari aktivitas ngopi di kafe, khususnya bagi perempuan mengeluhkan kepulan asap rokok. Menyebabkan gangguan kesehatan kepada perokok pasif seperti batuk. Sebagaimana yang diucapkan informan berikut:

“Kalo yang negatifnya, banyak yang ngerokok jadi kadang kayak terhirup-hirup begitu.”⁶⁷

Sama halnya dengan yang diungkapkan informan berikut:

“Yang nggak saya suka kena asap rokok itu, biasanya langsung batuk sama agak sesak begitu. Kalo ada yang ngerokok langsung pindah tempat begitu atau kadang saya suruh matiin.”⁶⁸

Dampak negatif lainnya yaitu menghabiskan uang. Seperti yang diucapkan informan berikut:

“Negatifnya di pengeluaran, jadi ada pengeluaran yang tidak terduga untuk keluar ngopi.”⁶⁹

Hal yang sama diutarakan oleh informan berikut:

“Kalo negatifnya sebenarnya kembali lagi ke gaya hidup juga, akhirnya pengeluaran yang kita keluarkan tambah besar”.⁷⁰

Begitu pula dengan yang diucapkan informan berikut:

⁶⁶ Prihartini, wawancara dengan penulis di Kafe Pinilih pada tanggal 30 Januari 2022.

⁶⁷ Radin, wawancara dengan penulis di Kafe Labudda pada tanggal 15 Januari 2022.

⁶⁸ Dewi Nur Irma Safitri, wawancara dengan penulis di Angkringan Stasiun Tanggulangin pada tanggal 25 Januari 2022.

⁶⁹ Gerry, wawancara dengan penulis di Kafe Labudda pada tanggal 15 Januari 2022.

⁷⁰ Ipung, wawancara dengan penulis di Kedai Tepi Teras pada tanggal 30 Januari 2022.

“Kalo kekurangannya intinya kalo sudah ketagihan pasti ngabisin duit.”⁷¹

Aktivitas ngopi di kafe yang dilakukan hingga larut malam termasuk ke dalam dampak negatif. Sebagaimana yang disampaikan oleh informan berikut:

“Untuk dampak negatifnya kalo pulang larut malem itu paginya kesiangan. Ngantuk lesu, itu saja sih”⁷²

Kafe menerima semua jenis pengunjung tanpa memandang gelar, status dan jabatan. Ketika banyak pengunjung maka kebanyakan kafe tutup hingga larut malam. Dengan kondisi yang ramai begitu sulit menyeleksi pengunjung yang memiliki maksud tertentu. Salah satunya adalah membawa minuman beralkohol. Minuman tersebut menyebabkan tingkat kesadaran menurun dan mengganggu kesehatan tubuh. Akan berakibat fatal jika terdapat pengunjung yang meminum alkohol di tengah-tengah keramaian, karena bisa memicu tindakan-tindakan yang membahayakan orang lain. Seperti yang diucapkan informan berikut:

“Tidak menutup kemungkinan kalo di kafe banyak hal negatifnya. Jadi pasti ada hal negatif yang di sini, tidak mungkin tidak. Seperti malam yang kebanyakan anak nongkrong. Ada yang bawa ‘minum’ dari luar, bukan yang di jual di sini. Nah itu kan ada sisi negatif juga”.⁷³

Pada dasarnya yang membuat masyarakat melakukan aktivitas ngopi di kafe karena fasilitas, *furniture*, kondisi dan menu yang disajikan digunakan untuk menarik minat beli konsumen. Karakteristik

⁷¹ Riko Simanjutak, wawancara dengan penulis di Kedai Tepi Teras pada tanggal 30 Januari 2022.

⁷² Achmad Efendi, wawancara dengan penulis di Angkringan Stasiun Tanggulangin pada tanggal 25 Januari 2022.

⁷³ Prihartini, wawancara dengan penulis di Kafe Pinilih pada tanggal 30 Januari 2022.

masyarakat yang beraktivitas di kafe menjadi gaya hidup baru. Menghabiskan waktu berjam-jam di *Coffee Shop* bukan suatu kebutuhan yang harus di penuhi, namun hanya sebatas keinginan. Agar hidup tidak monoton dan lebih bervariasi. Seperti yang diujarkan informan berikut:

“Kalo kebiasaan sih tidak ya, jadi antara keinginan dan kebutuhan. Sebenarnya kalo ngopi hanya sekedar keinginan bukan kebutuhan, meskipun nggak ngopi satu bulan pun ya wajar-wajar ae. Cuman kaya nggak enak ae nggak onok variasine ae sawangane. Kalo tiap hari di rumah kerja pulang terlalu monoton”.⁷⁴

Hal serupa juga di ucapkan oleh informan berikut:

“Kalo untuk secara garis besar itu, iya sih gaya hidup baru. Apalagi di anak muda itu memang ya gaya hidup baru.”⁷⁵

Dalam era modern ini, setiap orang memiliki cara tersendiri untuk melakukan gaya hidup. Salah satunya adalah melakukan aktivitas ngopi di *Coffee Shop*. Terbukti dengan fasilitas, hiburan dan suasana yang ditawarkan dapat membuat kenyamanan dan kenikmatan. Kebanyakan masyarakat melakukan aktivitas ngopi dengan teman atau rekan kerja. Tidak menutup kemungkinan jika melakukan aktivitas ngopi dengan keluarga. Membuat *quality time* bersama keluarga di kafe untuk memberikan hiburan kepada orang-orang yang di sayang. Sebagai bentuk waktu kebersamaan yang tidak hanya di lakukan di rumah akan tetapi bisa dilakukan di kafe. Dibandingkan dengan berlibur ke tempat wisata yang lokasinya cukup jauh, maka kafe menjadi tempat yang tepat untuk

⁷⁴ Achmad Efendi, wawancara dengan penulis di Angkringan Stasiun Tanggulangin pada tanggal 25 Januari 2022.

⁷⁵ Gerry, wawancara dengan penulis di Kafe Labudda pada tanggal 15 Januari 2022.

menghabiskan waktu bersama keluarga. Sebagaimana yang diungkapkan informan berikut:

“Bukan gaya hidup tapi suatu keharusan yang apa ya itu tadi intinya quality time itu harus ada terus waktunya juga sepertinya kayak gini² daripada kita waktu musim pandemi gini pariwisatanya jauh-jauh. Lebih baik ke kafe cukup 3-4 jam. Kebutuhan, kalo keinginan kan inginnnya ngopi terus santai. Kalo kebutuhan tidak, refresh kan itu kebutuhan kalo tidak refresh otak kita jadi gila. Jadi banyak pikiran banyak penyakit”.⁷⁶

Aktivitas ngopi dengan intensitas tinggi melahirkan sifat ketergantungan. Dengan sifat tersebut membuat seseorang melakukan aktivitas ngopi secara terus-menerus. Selain itu, terdapat perbedaan pendapat dengan informan satu ini yang melihat waktu keluarga dihabiskan dengan mengunjungi kafe bukan suatu kegiatan yang direkomendasikan. Akibatnya akan menimbulkan sikap yang bertujuan untuk memposisikan diri agar terlihat lebih dari pada orang lain. Sebagaimana yang diungkapkan informan berikut:

“Gaya hidup itu, sebenarnya saya itu tidak, malah nggak recommended sebenarnya. Buat yang sudah berkeluarga itu gak recommended, karena larinya bukan pola hidup tapi gaya hidup. Banyak juga orang nongkrong di kafe seperti ini sebenarnya bukan karena kebutuhan ya kan tapi gengsi. Awalnya keinginan, tapi karena ini mengandung candu, buat saya ini candu. Karena ngopi ini saya sehari bisa 3-4x, akhirnya jadi kebutuhan. Cuman saya tidak mewajibkan untuk di kafe, kadang di sini banyaknya warung-warung nongkrong yang notabannye dari segi pres lebih low budget ya. Tapi saya rasa, rasanya mirip kok. Cuman suasananya saja yang agak beda”.⁷⁷

⁷⁶ Riko Simanjutak, wawancara dengan penulis di Kedai Tepi Teras pada tanggal 30 Januari 2022.

⁷⁷ Ipung, wawancara dengan penulis di Kedai Tepi Teras pada tanggal 30 Januari 2022.

Dari pemaparan di atas, dapat disimpulkan bahwa aktivitas ngopi di kafe sebagai gaya hidup masyarakat memiliki dampak positif dan negatif. Keberadaan kafe dapat menjadi tempat yang produktif jika digunakan dengan sebaik mungkin. Terlebih aktivitas ngopi memiliki tujuan yang jelas dan bermanfaat baik bagi diri sendiri maupun orang lain.

C. Nilai Simbolik Aktivitas Ngopi dalam Pandangan Jean Baudrillard

Kelangsungan hidup manusia tidak dapat lepas dari praktik konsumsi. Di mana praktik konsumsi sebagai bentuk perilaku menghabiskan nilai guna barang dan jasa. Praktik konsumsi memiliki makna dan simbol-simbol tertentu di dalamnya. Meningkatnya permintaan masyarakat terhadap suatu barang menimbulkan tingkat produksi yang tinggi. Akibatnya pasar berupaya memenuhi permintaan-permintaan tersebut. Dengan kemudahan akses teknologi, mayoritas masyarakat membutuhkan barang secara instan dan praktis.

Konsumerisme di tengah masyarakat menjadi kebiasaan yang hegemonik. Salah satunya adalah gaya hidup masyarakat yang diterapkan pada aktivitas ngopi di *Coffee Shop* Sidoarjo. Aktivitas ngopi di tengah masyarakat menjadi komodifikasi budaya dari proses modernisasi. Tradisi meminum kopi yang biasanya dilakukan pada saat pagi hari, kini berubah menjadi tidak ada batasan waktu. Bahkan di sela-sela kegiatan dan jadwal yang padat, masyarakat rela meluangkan waktunya untuk minum kopi. Budaya ngopi memiliki makna tersendiri bagi masing-masing orang. Dikatakan demikian karena aktivitas ngopi dipahami sebagai praktik konsumsi. Menunjukkan aktualisasi diri yang

mana konsumen turut berperan secara aktif, untuk menciptakan dan mempertahankan identitas sosial melalui minuman kopi yang dibeli.

Aktivitas ngopi yang melibatkan masyarakat sebagai konsumen meliputi berbagai kalangan tanpa memandang usia, status dan jabatan. Ngopi memang identik dengan meminum kopi, namun tidak sebatas itu saja. Aktivitas yang biasa dilakukan oleh masyarakat ketika berada di kafe adalah berdiskusi, mengerjakan laporan atau tugas, *meeting*, berinteraksi, mencari suasana, hiburan, kebutuhan konten maupun membuat acara-acara tertentu yang ditempatkan di *Coffee Shop*. Sehingga masyarakat memperoleh banyak hal seperti menyelesaikan kepentingan pekerjaan, mendapatkan informasi, mempererat tali persaudaraan, mengekspresi diri di media sosial, membahagiakan orang lain, mendapat inspirasi pikiran dan bisa menyembuhkan perasaan maupun hati.

Perkembangan ngopi sebagai gaya hidup masyarakat dapat dilihat pada pola tingkah laku sehari-harinya. Pada saat ini, kedai kopi menjadi arena sosial untuk berinteraksi baik secara individu maupun berkelompok. Meningkatnya aktivitas sosial menuntun masyarakat agar menjalaninya di kafe. Dengan demikian, kehidupan sosial masyarakat banyak mendapat pengaruh dari luar baik dari pertemanan, lingkungan dan media sosial. Keberadaan kedai kopi dengan adanya fasilitas *wifi* membawa keuntungan bagi konsumen. Fasilitas tersebut dapat dijadikan penunjang untuk menjelajahi berbagai informasi, mengunduh lagu atau film dan mengakses media sosial. Tidak hanya itu, konsep kedai kopi yang unik dengan iringan *live music* sebagai hiburan

semakin menarik konsumen. Pada akhirnya konsumen merasa betah menghabiskan waktunya hingga berjam-jam karena terlalu asyik dengan aktivitas yang dilakukan di kedai kopi.

Menikmati kopi didasarkan pada kemampuan dan kapasitas seseorang dalam mengikuti kelas sosial masyarakat. Siapa pun bisa memperoleh kebahagiaan demi pemenuhan hasrat dan kepuasan diri. Tidak hanya itu, membeli dan menikmati kopi menjadi nilai simbolik bukan lagi bersifat fungsional. Dengan memanipulasi tanda ngopi yang digunakan untuk mengikuti tren dan pola konsumsi sebagai gaya hidup. Aktivitas ngopi di *Coffee Shop* bukan sekedar kebutuhan biologis saja, namun bergeser menjadi kebutuhan sosiologis. Terlihat jelas pada masyarakat penggemar ngopi yang kerap melakukan pemborosan waktu dan uang.

Kegiatan konsumsi menunjukkan pergeseran makna, dari semula yang bertujuan untuk bertahan hidup dan memenuhi kebutuhan hidup menuju ke arah kepuasan hasrat dan gaya hidup. Sehingga praktik konsumsi sebagai simbol untuk memperoleh penghormatan, status, *prestise* hingga menjadi konstruksi sosial dan identitas dari masyarakat konsumsi. Konsumerisme yang memasuki arena kehidupan masyarakat mengandung simbol-simbol tertentu. Tergantung individu masing-masing dalam mengaktualisasikan dirinya. Nyatanya tidak sepenuhnya berhubungan dengan kebutuhan aktual. Melainkan sekedar untuk keinginan semata yang mengarah pada kebutuhan palsu. Komoditas kopi sebagai nilai simbolik dari pencitraan yang berusaha dipertahankan oleh masyarakat. Proses konsumsi simbolik menunjukkan tanda

penting sebagai pembentukan gaya hidup. Di mana nilai-nilai simbolik kopi mendapat penekanan besar daripada mengutamakan nilai kegunaan atau nilai fungsionalnya. Pada intinya, makna dan nilai simbolik yang dipertukarkan dalam aktivitas ngopi yakni masyarakat mendapatkan keuntungan berupa kenyamanan dari suasana dan fasilitas yang disediakan *Coffee Shop*. Desain *Coffee Shop* yang menarik dapat digunakan sebagai tempat untuk membuat suatu *event-event* tertentu dan arena membuat konten yang dibagikan lewat media sosial serta adanya *wifi* yang bermanfaat untuk sarana konektivitas dan akses internet dalam mengerjakan tugas maupun laporan.

Tidak menutup kemungkinan apabila *Coffee Shop* Sidoarjo dapat memberikan pengaruh yang positif dan negatif. Sisi positifnya masyarakat memperoleh keuntungan yang besar sehingga membentuk sikap produktif, namun akan menjadi negatif jika masyarakat tidak menggunakan sarana dan fasilitas yang ada dengan sebaik mungkin. Sehingga kembali kepada masing-masing individu akan mengaktualisasikan gaya hidup ngopi untuk mencapai status sosial saja atau diimbangi dengan sikap produktif

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang bertempat di beberapa kedai kopi di Sidoarjo, peneliti mengungkapkan terkait aktivitas ngopi sebagai gaya hidup masyarakat modern. Di mana gaya hidup masyarakat di era modern membawa suatu transformasi yang cukup besar. Salah satu penyebabnya adalah akibat dari perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin pesat. Menanamkan kebiasaan baru dan melahirkan kebutuhan-kebutuhan yang kompleks. Pada zaman ini, masyarakat menghindari segala sesuatu yang susah dan rumit. Lebih memilih suatu hal yang bersifat mewah, cepat dan praktis.

Berdasarkan pemaparan mengenai aktivitas ngopi di beberapa kafe di Kabupaten Sidoarjo maka penulis berkesimpulan:

1. Gaya hidup masyarakat Sidoarjo terbentuk dari adanya proses interaksi sosial antar individu dan lingkungan. Gaya hidup yang mencerminkan pola hidup seseorang dapat diketahui dalam tiga hal yaitu kegiatan (*activity*), minat (*interest*) dan pendapat (*opinion*). Oleh sebab itu, dari tiga hal tersebut setiap individu di dunia memiliki keunikan dan karakteristik yang berbeda dalam mengendalikan kehidupannya. Masyarakat dengan praktik konsumsi ialah kunci dasar dari gagasan Baudrillard untuk menunjukkan gejala konsumerisme yang sangat luar biasa dan telah menjadi bagian dari gaya hidup. Proses konsumsi simbolik menunjukkan tanda penting sebagai pembentukan gaya hidup. Di mana nilai-nilai simbolik kopi mendapat

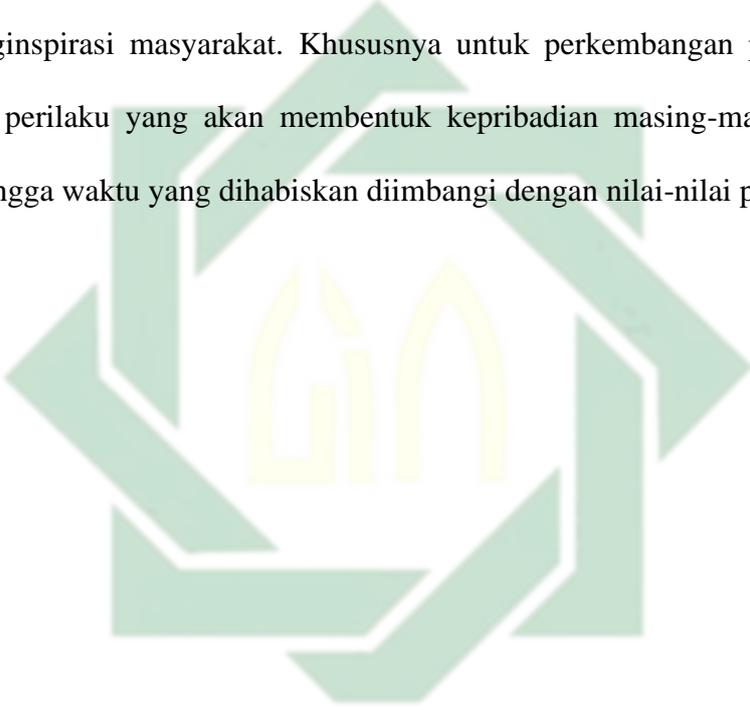
penekanan besar daripada mengutamakan nilai kegunaan atau nilai fungsionalnya. Kegiatan konsumsi menunjukkan pergeseran makna, dari semula yang bertujuan untuk bertahan dan memenuhi kebutuhan hidup menuju ke arah kepuasan hasrat dan gaya hidup. Sehingga praktik konsumsi sebagai simbol untuk memperoleh penghormatan, status, prestise hingga menjadi konstruksi sosial dan identitas dari masyarakat.

2. Pada intinya, makna dan nilai simbolik yang dipertukarkan dalam aktivitas ngopi yakni masyarakat mendapatkan keuntungan berupa kenyamanan dari suasana dan fasilitas yang disediakan *Coffee Shop*. Tidak menutup kemungkinan apabila *Coffee Shop* Sidoarjo dapat memberikan pengaruh yang positif dan negatif. Sisi positifnya masyarakat memperoleh keuntungan yang besar sehingga membentuk sikap produktif, namun akan menjadi negatif jika masyarakat tidak menggunakan sarana dan fasilitas yang ada dengan sebaik mungkin. Sehingga kembali kepada masing-masing individu akan mengaktualisasikan gaya hidup ngopi untuk mencapai status sosial saja atau diimbangi dengan sikap produktif.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

B. Saran

Dari pemaparan yang disampaikan pada pembahasan awal sampai akhir, peneliti menyarankan agar masyarakat yang gemar melakukan aktivitas ngopi di kafe memiliki tujuan dan manfaat yang dapat digunakan bagi diri sendiri ataupun orang lain. Keberadaan kafe yang begitu mudah dijangkau dapat menginspirasi masyarakat. Khususnya untuk perkembangan pola pikir dan pola perilaku yang akan membentuk kepribadian masing-masing individu. Sehingga waktu yang dihabiskan diimbangi dengan nilai-nilai positif.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Abdusshomad, Alwazir. 2021. “*Gaya Hidup Nongkrong di Kafe dan Perilaku Gosip sebagai Kontrol Sosial*”. Jurnal Kebudayaan dan Keagamaan 16 (1). <https://doi.org/10.37680/adabiya.v16i1.593>
- Akhir, Ahmad HSB. 2020 “*Gaya Hidup Remaja Nongkrong Di Bagasta Cafe (Studi Deskriptif Desa Napa Kecamatan Batang Toru Tapanuli Selatan)*”. Skripsi, Universitas Sumatera Utara.
- Azahra, Alifia Putri dan Nanda Harda Pratama Meiji. 2021. “*Nangkring Khas Millennial: Studi Komparatif Gaya Hidup dan Interaksi Pemuda di Cafe Sudimoro dan Rowoklampak*”. Jurnal Integrasi dan Harmoni Inovatif Ilmu-Ilmu Sosial 1 (4). <https://doi.org/10.17977/um063v1i4p459-469>
- Azwar, Muhammad. 2014. *Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan Upaya Putakawan Mengidentifikasi Realitas*. Jurnal Ilmu Pustaka & Kearsipan Khijannah Al-Hikma, Vol. 2 No. 1.
- Baudrillard, Jean. 2015. *Masyarakat Konsumen*. Bantul: Kreasi Wacana.
- Best, Roger J., Kenneth A. Coney, Hawkins. *Consumer Behaviour Implication for Marketing Strategy*. United State: Case Studies.
- Chaney, David. 2009. *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Terj. Nuraeni Yogyakarta: Jala Sutra.
- Creswell, John W. 2010. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Dahwilani, Dani M. 2021. “Data dan Fakta Tren Menjamurnya Kedai Kopi Kekinian di Indonesia”, diakses pada tanggal 11 November 2021. <https://www.inews.id/travel/kuliner/data-dan-fakta-tren-menjamurnya-kedai-kopi-kekinian-di-indonesia>.
- Endar, Sugiarto. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Pariwisata*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Erick, Arnould, Linda Price, George Zinkhan. 2002. *Consumer*. New York: McGraw Companies.
- Fadhilah. 2011. *Relavansi Logika Sosial Konsumsi Dengan Budaya Konsumerisme Dalam Perspektif Epistemologi Jean Baudrillard*. Jurnal Kybernan. Vol. 2, No. 1. <http://portalgaruda.fti.unissula.ac.id/index.php?ref=browse&mod=viewarticle&article=19459>

- Fitriyah, Khilid. 2016. *Hubungan Harga Diri Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di Universitas Muhammadiyah Malang*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Hanifa, Aida. 2005. *Di Bawah Secangkir Kopi: Starbucks Sebagai Arena Konsumsi Simbolik Kelas Menengah Metropolitan*, Jurnal Scripta Societa Jurusan Sosiologi Pembangunan Universitas Negeri Jakarta Indonesia.
- Kotler, Philip. 1994. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.
- Matono, Nanang. 2016. *Sosiologi Sosial Perspektif Klasik, Modern, Postmodern dan Poskolonial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Nueman, W. Lawrence. 2013. *Metode Penulisan Sosial : Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: PT. Indeks Jakarta.
- O'Shaughnessy, John, Nickolas Jackson O'Shaughnessy. 2002. *European Journal of Marketing*. Bradford.
- Pliang, Yasraf Amir. 2006. *Dunia yang Dilipat Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Plummer, Joseph T. 1974. *The Concept of Life Style Segmentation*, Journal of Marketing. Vol. 38 Januari.
- Prayoga, Heru. 2018. "Teknik Persuasif Dalam Bisnis Coffee Shop: Studi Deskriptif dan Kualitatif dengan Tema Kopi Tidak Pahit di Gending Kopi Nusantara Yogyakarta". Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Raco, J. R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ritzer, George, 2011. *Smart Handbook Teori Sosial*. Bandung: Nusa Media.
- Ritzer, George, 2004. *Teori Sosiologi Modern*. Terj. Alimandan. Jakarta: Pranada Media Group.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen (Kepribadian dan Gaya Hidup)*. Jakarta: Pranata Media.

Silvana, Ainaya Wilda. 2022 “Nongkrong Sore di Labuda Kafe”, diakses pada tanggal 31 Januari 2022. <https://brisik.id/read/67164/nongkrong-sore-di-labuda-kopi>.

Subandy. 1997. *Ectasy Gaya Hidup*. Jakarta: Grasindo.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitataif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Solomon, Michael R. 2015. *Consumer Behaviour: Buying, Having and Being*. United State: Paramount Publishing.

Shiffman, Leon, Lessie L. Kanuk, 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks Grup Media.

Wardah, Rafika Mustaqimah. 2019. “*Tren Kafe Sebagai Penanda Identitas Kelas Sosial*”. Skripsi, Universitas Islam Negeri Alaudin Makassar.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A