

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia minuman kopi sangat dinikmati oleh kalangan semua baik remaja, dewasa, dan orang tua karena memiliki rasa dan aroma. Minuman kopi dihasilkan dari seduhan biji kopi yang sudah di roasting serta dihaluskan menjadi bubuk. Kopi adalah tumbuhan lama yang telah dibudayakan serta memiliki nilai ekonomis yang besar. Negara penghasil kopi terbaik adalah negara Indonesia. Sebagai contoh wilayah yang paling populer dengan biji kopi di Indonesia yaitu Aceh, Lampung, Jawa, Sulawesi dan Medan. Jenis kopi yang beredar adalah Arabika, Robusta, Liberika. Sebagian orang suka mengkonsumsi kopi dan sebagian orang tidak suka mengkonsumsi

Kopi sebab takut menimbulkan efek kesehatan baginya. Kopi awalnya muncul hanya dijual bentuk kemasan dan dapat dibeli di Supermarket atau di Pasar, kini kopi sudah diolah menjadi minuman praktis yang langsung bisa dinikmati. Selain itu, kopi sudah beredar di Mall dan hotel berbintang dengan penampilan yang elegan salah satunya yaitu *coffe shop* yang menjual kopi menjadi minuman trend masa kini dengan harga kalangan menengah. (Febrian *et al.*, 2021)

Di era modern saat ini, banyaknya kebutuhan hidup manusia mendorong banyaknya juga terjadinya tuntutan peningkatan gaya hidup pada masyarakat. Pada pandangan Philip Kotler mengenai gaya hidup ialah pola-pola hidup individu dimasyarakat yang diwujudkan melalui aktivitas, atensi, serta opininya. Gaya hidup menyimbolkan semua gambaran diri seorang individu saat berinteraksi atau berhubungan dalam masyarakat (Kotler, 2002:192). Gaya hidup ialah suatu perilaku individu yang

ditunjukkan dalam wujud aktivitas (*activity*) dan atensi. Hal tersebut berkaitan dengan citra diri untuk menampilkan status sosial individu dalam lingkungan sosialnya. Gaya hidup menampilkan bagaimana seorang individu menghabiskan waktu serta bagaimana ia membelanjakan uangnya dalam kehidupannya dan gaya hidup berfokus mencari kesenangan dan kepuasan sendiri tanpa batas.

Banyak sekali fenomena trend suatu hal yang akhirnya menjadi suatu budaya baru dan menjamur hingga ke semua kalangan sehingga menciptakan suatu gaya hidup baru di masyarakat. gaya hidup penduduk di kota-kota besar semakin mengarah berperilaku konsumsi, hal ini disebabkan oleh rangkaian iklan TV atau media sosial yang menghadirkan berbagai produk yang ditafsirkan secara simbolis.

Seiring pada perkembangan zaman, aktivitas bersantai di kafe sambil mengobrol dan menikmati hidangan yang disajikan bukan lagi menjadi saluran pelepas penat dan dahaga semata namun hal tersebut telah menjadi gaya hidup pada kalangan generasi milenial saat ini terkhusus pada kalangan remaja akhir di kota Aek Kanopan. Ada beberapa alasan yang melatarbelakangi fenomena tersebut terjadi salah satunya adalah remaja tersebut menjadikan kebiasaan nongkrong di kafe sebagai pilihan menghabiskan waktu senggangnya bahkan saat ini kegiatan nongkrong di kafe sudah menjadi bagian dari gaya hidup tersendiri pada berbagai kalangan tertentu, khususnya di kalangan anak-anak remaja akhir.

Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa yang ditandai dengan percepatan perkembangan, fisik, mental, emosional dan sosial (Santrock, 2012). Pada periode ini pula remaja mulai melepaskan diri secara emosional. Secara umum, orang yang suka nongkrong di kafe, warung kopi atau restoran

cepat saji kebanyakan anak muda berkisaran usia 16-22 tahun (Herlyana, 2012). Kelompok remaja sangat mudah tergerus oleh kemajuan teknologi dan informasi yang kemudian berdampak pada perubahan pada gaya hidup mereka di lingkungan sosial sehingga timbulnya perasaan baru tentang identitas dalam individu pada masa remaja.

Pada zaman modern saat ini, aktivitas nongkrong telah menjadi salah satu bagian dari gaya hidup (life style), terutama pada kalangan remaja di perkotaan. Sudah menjadi hal yang wajar apabila dimasa modern saat ini banyak hadirnya kafe yang bernuansa kekinian dan instagramable sebagai sebuah pilihan referensi tempat nongkrong masyarakat perkotaan. Kriteria nongkrong sendiri adalah kegiatan duduk bersantai berlama-lama disuatu tempat dengan durasi nongkrong yaitu dengan durasi lama nongkrong dari 2 hingga 5 jam. Gaya hidup baru ini diterapkan melalui aktivitas, pola pikir dan opini anak muda ketika mengunjungi *coffee shop*. Gaya hidup adalah cara hidup individu yang di identifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya. Anak remaja melakukan berbagai aktivitas seperti mengerjakan tugas, mengobrol, bertemu client dan berfoto di *coffee shop* merupakan suatu hal yang sering dilakukan oleh anak muda di era modern seperti sekarang. Gaya hidup baru dengan membagi aktivitasnya di *coffee shop* ini juga sebagian dari hal yang anak muda sukai. (Sosiologi et al., 2022)

Pada kalangan remaja modern kemajuan dalam teknologi berkembang dengan sangat pesat, remaja seolah sibuk beradaptasi dengan nongkrong sudah menjadi salah satu bagian dari gaya hidup mereka, sehingga dapat kita lihat fenomena perubahan yang terjadi pada aspek budaya sudah mengalami marginalisasi, sehingga budaya tradisional telah tergantikan dengan budaya modern yang datang dari luar, maka fenomena tersebut sudah

menjadi sebuah realita umum yang terjadi di perkotaan, hal tersebut juga terjadi di Kota Aek Kanopan dan kota-kota besar lainnya. Di Indonesia sudah mengalami peningkatan sejak 5 tahun terakhir, hal tersebut berdampak pada banyak hadirnya kafe yang bernuansa kekinian dan instagramable di kota-kota besar, khususnya juga terjadi pada Kota Aek Kanopan.

Dahulu, pada awal kemunculannya, kebiasaan nongkrong hanya dilakukan di warung kopi biasa, dalam kegiatan nongkrong dijadikan sebagai wadah individu untuk saling berinteraksi bertukar informasi. Namun pada era modern saat ini, kegiatan nongkrong di warung kopi tersebut bergeser karena muncul trend baru yaitu *coffee shop* sehingga dijadikannya sebagai gaya hidup modern oleh masyarakat perkotaan khususnya kalangan remaja, salah satunya adalah Kota Aek Kanopan, Labuhan Batu Utara, Sumatera Utara.

Selain itu, dahulu kafe memiliki fungsi sosial yang sebagai saluran ruang bertukar pikiran dan saling berinteraksi. Namun demikian fungsi sosial telah bergeser dan menjadi sebuah ajang gaya hidup baru dikalangan masyarakat terutama dikalangan remaja semenjak menjamurnya *coffee shop* yang bernuansa kekinian.

Dan kini masyarakat dihadapkan pada permasalahan mengenai leisure time (waktu luang). Kesibukan dan mobilitas yang tinggi, tuntutan pekerjaan serta perubahan budaya yang terjadi itu membuat seseorang mengalami kepenatan dalam menjalani rutinitas sehari-hari. Sehingga masyarakat mulai mencari leisure time (waktu luang) yang dapat melepaskan kepenatannya pada hal tertentu seperti nongkrong dengan teman-teman, pergi ke mall, shopping, atau bersantai dengan secangkir kopi di *coffee shop* untuk menghabiskan waktunya.

Permasalahan *leisure time* memberikan perubahan terhadap gaya hidup seseorang. Salah satunya adalah gaya hidup tentang budaya minum kopi. Budaya meminum kopi pada zaman sekarang tidak hanya terletak pada kebutuhan meminum kopi, tetapi kopi sudah masuk kedalam ranah gaya hidup dengan varian kopi sekaligus memiliki nilai praktis, yang mudah dijangkau dan menyediakan tempat yang sangat nyaman untuk para anak remaja dan menyediakan fasilitas: WiFi, Charging, sehingga harganya cenderung tidak terlalu mahal untuk para remaja. Dan kini budaya meminum dan menikmati kopi telah menjadi sebuah gaya hidup yang kekinian. Banyak anak remaja melakukan kegiatan nongkrong terutama pada malam hari diakhir pekan, karena disituasi tersebut para remaja akan melepaskan stresnya mereka dengan tugas-tugas sekolah yang membeludak. Sehingga banyak sekali remaja yang nongkrong dalam beberapa kelompok pertemanan, baik itu nongkrong dengan teman satu sekolah atau dari sekolah lain bahkan dengan teman dari latar belakang yang berbeda-beda untuk saling berbagi cerita pengalaman. Biasanya mereka nongkrong sambil makan ataupun minum bersama teman mereka, apalagi kalau harga makanan dan minumannya murah, lalu lokasi yang strategis, tempat nyaman, menu makanan dan minuman yang variatif, serta cara penyajian yang berbeda, tentunya remaja akan sering mengunjunginya.

Perkembangan inovasi *coffee shop* yang semakin kini menjadi tempat atau wadah untuk remaja sebagai gaya hidup, karena perkembangan dan banyaknya minat dari pelanggan yang semakin lama semakin meningkat dan tidak ada habisnya, berkembanglah *coffee shop* menjadi seperti sekarang ini. Hal ini terbukti bahwa hampir semua *coffee shop* di Aek Kanopan memanfaatkan sosial media untuk mempromosikan. Terutama, *coffee shop* yang sudah terkenal, hal ini membuat masyarakat ingin mencari tahu menggunakan sosial media yang mereka miliki.

fenomena menjamurnya *coffee shop* pada saat ini memang menarik untuk dibicarakan, tidak hanya sekedar aktivitas jual beli minuman dan makanan saja seperti di warung kopi biasa, tetapi *coffee shop* juga menawarkan yang berbeda dari mulai fasilitas dan kenyamanan tempat. Melihat fenomena keberadaan *coffee shop* remaja seolah menjadikan *coffee shop* sebagai tempat untuk beraktivitas. Bahkan *coffee shop* sudah bisa dikatakan menjadi tempat ketiga setelah rumah dan sekolah, maksudnya orang-orang cenderung memilih *coffee shop* untuk bersantai dan tempat untuk menghilangkan kepenatan, bahkan *coffee shop* tidak hanya dijadikan tempat untuk nongkrong saja, tetapi sudah menjadi tempat hal yang serius, seperti pertemuan dengan rekan bisnis atau mengerjakan tugas sekolah/kampus. Maka tidak heran jika kita menemui sekumpulan anak remaja di *coffee shop* sekitar Aek Kanopan.

Tingginya antusias anak remaja terhadap *coffee shop* menyebabkan tumbuhnya berbagai macam industri baru, termasuk didalamnya industri-industri bisnis yang muncul dari kreativitas dan inovasi seseorang. Mulai dari kebutuhan makanan, minuman, pakaian, alat tulis, transportasi, sampai kebutuhan yang ditujukan hanya untuk pemenuhan keinginan diri semata. Maraknya *coffee shop* ini menjadi peluang bisnis, kemudian menciptakan manusia-manusia yang lebih kreatif dalam berpikir dan berkarya. Banyak usaha-usaha yang muncul akibat dari ide-ide kreatif yang kemudian berhasil menciptakan pasarnya sendiri.

Remaja adalah salah satu objek pada penelitian ini, Menurut Zakiah Daradjat, ketidakdewasaan (pubertas) adalah “masa peralihan dari masa remaja ke masa dewasa, di mana anak-anak mengalami perkembangan pesat di segala bidang. Mereka bukan lagi anak-anak kecuali untuk mereka juga tidak dewasa dewasa. Periode ini dimulai sekitar pada usia 13-21 tahun, karena remaja mempunyai ciri khas pola perilaku tertentu yang

ingin ditunjukkan setiap orang untuk menunjukkan identitas dirinya. Kehidupan di perkotaan terutama di Aek Kanopan, dimana anak remaja dituntut untuk bisa lebih selektif dalam menerima pengaruh lingkungan yang baik maupun buruk. Berbicara mengenai lingkungan, suatu lingkungan dapat membentuk karakter dan kepribadian seseorang. Jika kita bandingkan dengan remaja yang tinggal di desa sangatlah berbeda dengan remaja yang tinggal di wilayah perkotaan. Dari segi kebutuhan, remaja yang tinggal di perkotaan salah satunya adalah gaya hidup. Maka tidak heran jika kafe menjadi salah satu tempat yang dituju untuk memenuhi kebutuhan dalam rangka untuk mensosialisasikan diri dengan pergaulan teman sebayanya.

Coffee shop atau kedai kopi identik dengan gaya hidup remaja yang mana antusiasme dan penikmat *coffee shop* paling banyak dikunjungi oleh remaja karena sering terlihat berkumpul dengan teman-temannya. Melihat fenomena keberadaan *coffee shop* anak remaja seolah menjadikan *coffee shop* sebagai tempat untuk dapat melakukan berbagai hal. Bisa untuk sekedar mengobrol atau mengerjakan tugas bersama-sama, maupun hanya untuk menghabiskan waktu berjam-jam bertukar pikiran dan informasi di *coffee shop*. Dan *coffee shop* tempat nyaman dan dilengkapi dengan alunan music, baik lewat audio ataupun live music, desain interior yang khas, pelayanan yang ramah dan beberapa diantaranya koneksi internet nirkabel atau WiFi. Melihat realitas yang terjadi pada hubungan kebiasaan bergaul di *coffee shop* sebagai gaya hidup remaja, tentu saja banyak hal yang melatarbelakangi anak remaja memilih *coffee shop* sebagai salah satu tempat menghabiskan waktunya, akan tetapi juga perlu di perhatikan seberapa jauh *coffee shop* ini berpengaruh terhadap hubungan kebiasaan bergaul di *coffee shop* dengan gaya hidup remaja dan apakah mereka memperhitungkan pengeluarannya dalam membeli minuman atau makanan jika mereka secara rutin datang ke *coffee shop* ini.

Jika berbicara dari sisi positif bahwa keberadaan *coffee shop* ini dapat menjadi tempat yang nyaman untuk melakukan interaksi atau silaturahmi kepada teman sebaya ataupun rekan bisnis, untuk menikmati kopi tetapi juga bisa menjadi tempat mengerjakan tugas, tempat berfiti, dan tempat untuk menonton acara music seperti konser. Dan selanjutnya anak remaja dapat bertukar fikiran dan menemukan inspirasi baru. Tetapi kita tidak boleh menutup mata bahwa disisi lain bisa saja generasi muda yang diharapkan menjadi generasi cerdas, produktif, inovatif, dan kritis justru terperangkap dalam kebiasaan yang membuatnya tidak produktif. Karena seperti yang telah dibahas sebelumnya bahwa anak remaja lebih senang menghabiskan waktu di *coffee shop*, sehingga membuat mereka lupa mengenai kewajiban yang harus dilakukannya selain nongkrong dan bersantai ria dengan teman. Mengingat gaya hidup adalah salah satu aspek yang mempengaruhi pola pikir dan pola hidup yang terjadi di masyarakat era modern ini.

Dari hasil observasi awal peneliti melakukan di Aek Kanopan, Kec.Kualuh Hulu, Kab.Labuhanbatu Utara. Berbagai kantor pemerintah di Kec. Kualuh Hulu dengan luas daerah yakni 12,33 km², jumlah penduduk mencapai 18.089 jiwa, dengan kepadatan 1.467 jiwa/km². Jumlah remaja terdiri dari 1000 orang. Dalam penelitian ini diambil usia remaja 13-21 tahun terdiri dari 50 remaja. Di Aek Kanopan ini penduduk yang mendiami sangat heterogeny, baik itu suku bangsa dan agama yang dianut. Dua suku yang banyak mendiami Kawasan ini termasuk suku Batak dan Jawa. Suku Batak khususnya BatakToba, dan sebagian Karo, Simalungun, dan Angkola. Dari Badan Pusat Statistik kabupaten Labuhanbatu Utara tahun 2021 yakni suku Batak, umumnya Batak Toba sebanyak 38%, Jawa 35%, Minangkabau 10%, Melayu 4%, kemudian suku Tionghoa, Nias sebanyak 13%. Presentasi penduduk dengan agama yang dianut yakni Islam 61,84%, Kristen 36,75%, Protestan 32,01%, Katolik 4,74%, Budha 1,40% dan Hindu 0,01%.

Dari observasi awal yang pernah diteliti sebelumnya, saat ini permasalahan yang sering terjadi dan sebagian orangtua merasakan bahwa di kalangan remaja adalah kebiasaan bergaul remaja yang sering mengunjungi *coffe shop*, remaja lebih suka nongkrong dibandingkan mengerjakan tugas sekolah, memaksakan diri untuk tetap nongkrong di *coffe shop* (Gaya Elit, Ekonomi Sulit), dan lebih menghabiskan waktu dengan teman dibandingkan dengan keluarganya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diketahui permasalahan antara lain sebagai berikut:

- 1.2.1 Kebiasaan bergaul anak remaja yang sering mengunjungi *coffee shop*.
- 1.2.2 Remaja lebih suka nongkrong dibandingkan mengerjakan tugas sekolah.
- 1.2.3 Memaksakan diri untuk tetap nongkrong di *coffee shop* (Gaya elit, ekonomi sulit).
- 1.2.4 Lebih menghabiskan waktu dengan teman dibandingkan dengan keluarga.

1.3 Batasan Masalah

Untuk memudahkan peneliti dalam penelitian ini, maka peneliti membatasi masalah dan untuk menghindari meluasnya permasalahan, maka peneliti membatasi masalah yaitu: **“Hubungan Kebiasaan Bergaul Di *Coffee Shop* dengan Gaya Hidup Remaja Aek Kanopan”**

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1.4.1 Bagaimana gaya hidup anak remaja yang sering mengunjungi *coffee shop* Aek Kanopan?

1.4.2 Bagaimana kebiasaan bergaul remaja di *coffee shop* Aek Kanopan?

1.4.3 Apakah terdapat hubungan kebiasaan bergaul di *coffee shop* dengan gaya hidup remaja Aek Kanopan?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari Rumusan Masalah diatas, dapat dikemukakan bahwa tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1.5.1 Untuk mengetahui gaya hidup anak remaja yang sering mengunjungi *coffee shop* Aek Kanopan.

1.5.2 Untuk mengetahui kebiasaan bergaul remaja di *coffee shop* Aek Kanopan.

1.5.3 Untuk mendeskripsikan hubungan kebiasaan bergaul di *coffee shop* dengan gaya hidup remaja Aek Kanopan.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua kalangan, khususnya remaja. Manfaat penelitian ini adalah:

1.6.1 Secara Teoris

1.6.1.1 Efek samping dari penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman dan informasi akademik, khususnya Pendidikan Masyarakat untuk lebih spesifik tentang isu-isu yang berhubungan dengan kecenderungan berbaur di *coffee shop* dengan gaya hidup remaja.

- 1.6.1.2 Mahasiswa diharapkan memiliki pilihan untuk memberikan data dan dimanfaatkan sebagai bahan kajian untuk eksplorasi lebih lanjut dan atas atas isu-isu terkait.
- 1.6.1.3 Masyarakat umum mendapatkan data tentang kafe dengan tujuan agar mereka dapat memotivasi bisnis terbuka yang berharga di *coffe shop*.
- 1.6.2 Secara Praktis
- 1.6.2.1 Kaum muda dapat memanfaatkan keberadaan kafe sebaik mungkin dan dapat meningkatkan inovasi serta memiliki pilihan untuk melihat peluang yang dimeriahkan oleh *coffe shop*.
- 1.6.2.2 Bagi warga sekitar dan para orang tua, penelitian ini dipercaya dapat dijadikan sebagai data tentang kehidupan anak remaja saat ini, sehingga masyarakat dan orang tua dapat menyesuaikan dalam membimbing anak yang masih remaja.
- 1.6.2.3 Bagi penelitian lain dapat diharapkan menjadi sumber rujukan maupun referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.