BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena nongkrong di kafe merupakan salah satu bagian penting dalam kehidupan sosial anak muda di berbagai kota di Indonesia. Aktivitas ini tidak hanya menjadi sarana untuk bersosialisasi, tetapi juga mencerminkan perubahan gaya hidup dan nilai-nilai sosial yang berkembang di kalangan generasi muda. Nongkrong di tempat umum seperti kafe dan warung modern membentuk ruang sosial baru yang berfungsi sebagai arena untuk berinteraksi, membangun relasi sosial, dan mengekspresikan identitas diri. Aktivitas ini menunjukkan bahwa nongkrong telah bergeser dari sekadar kegiatan informal menjadi praktik budaya yang merepresentasikan gaya hidup urban (Iqbal, 2024).

Dalam praktiknya, fenomena nongkrong di kafe saat ini tidak dapat dilepaskan dari konsep perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif mengacu pada kecenderungan individu untuk mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan tanpa didasarkan pada kebutuhan rasional, melainkan lebih pada keinginan untuk memenuhi gengsi, gaya hidup, atau pengakuan sosial. Dalam konteks nongkrong, perilaku ini tampak dari pemilihan tempat yang dianggap bergengsi, pembelian makanan dan minuman dengan harga mahal yang utamanya untuk dipamerkan, serta dorongan untuk terus mengikuti tren terbaru agar tidak dianggap ketinggalan zaman. Konsep lain yang terkait adalah *conspicuous consumption* (konsumsi yang mencolok), yaitu tindakan membeli barang atau jasa dengan tujuan menampilkan status sosial kepada orang lain. Selain itu, terdapat pula konsep *hedonic consumption*, yang menekankan aspek kesenangan, pengalaman sensorik, dan

fantasi emosional sebagai pendorong utama aktivitas konsumsi. Dengan demikian, nongkrong tidak hanya bersifat relasional, tetapi juga sarat dengan muatan konsumerisme yang dibentuk oleh tekanan sosial dan media. (Yose, 2022)

Dengan kehadiran media sosial mendorong anak muda tidak hanya berkumpul, tetapi juga menampilkan aktivitas nongkrong melalui unggahan foto atau video. Hal ini memicu dorongan untuk memilih tempat yang estetik, membeli makanan atau minuman tertentu, serta mengikuti tren agar sesuai dengan standar sosial. Media sosial menjadi katalis yang memperkuat budaya konsumtif, karena anak muda terdorong membagikan momen nongkrong sebagai bagian dari gaya hidup yang ingin ditampilkan di publik (Widiawati, 2023).

Budaya nongkrong di kafe yang kekinian juga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian anak muda. Kegiatan ini mendorong munculnya perilaku konsumtif karena adanya dorongan untuk tampil "*update*" dan sesuai dengan tren sosial. Melalui nongkrong di kafe yang tidak hanya nuansa nya modern anak muda tidak hanya membeli produk, tetapi juga membeli pengalaman sosial dan simbol status. Fenomena ini memperlihatkan bahwa konsumsi telah bergeser dari kebutuhan ekonomi menjadi aktivitas sosial yang sarat makna simbolik (Fahtoni, 2022).

Hal ini sejalan dengan argumen Saputri (2023) bahwa fenomena nongkrong di kalangan anak muda merupakan upaya pembentukan identitas melalui konsumsi komoditif *up to date* yang dibangun melalui pertukaran lewat media sosial. Perubahan gaya hidup konsumtif ini juga dipengaruhi oleh arus globalisasi dan media digital. Penetrasi budaya global melalui media sosial memperkenalkan nilai-nilai *hedonistik, glamor,* dan *individualistik* kepada generasi muda Indonesia. Anak muda kini lebih banyak meniru gaya hidup urban

yang menekankan konsumsi, *fashion*, dan rekreasi sebagai bentuk pencapaian sosial.

Penelitian ini dilakukan pada anak muda Kelurahan Bakar Batu Kota Rantau Prapat. Anak muda yang dipilih yaitu masih usia sekolah SMA atau usia 17 tahun sampai 19 tahun. Alasan memilih usia tersebut dikarenakan anak muda tersebut sering berkumpul di Kafe Roxy bersama temannya, baik sore hari maupun malam hari. Mereka berkumpul di kafe tersebut untuk bersantai, berfoto, menikmati kuliner yang tersedia dan bermain *gadget* (Observasi Awal, 25 Desember 2025).

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan Alya dan Andre, diketahui bahwa Alya dan Andre mulai aktif nongkrong di kafe Roxy sejak sekitar dua tahun terakhir. Kebiasaan tersebut muncul karena adanya ajakan dari teman sebaya serta meningkatnya tren nongkrong di kalangan anak muda. Kafe Roxy di Kota Rantau Prapat dipilih karena suasana dan desain kafe nya sangat cukup penting karena tempatnya yang estetik dan modern membuat lebih nyaman dan menarik untuk dijadikan tempat foto atau konten media sosial. Sehingga saat ini, nongkrong di kafe Roxy tidak lagi hanya menjadi aktivitas berkumpul, tetapi sudah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup anak muda modern (Wawancara Awal, 27 Desember 2025).

Kemudian Alya dan Andre biasanya membeli berbagai jenis makanan dan minuman seperti kopi, minuman manis, makanan ringan, hingga makanan berat. Alya dan Andre juga mengaku terkadang membeli menu tertentu hanya karena sedang trend di kafe tersebut. Alya dan Andre juga mengaku sering membagikan aktivitas nongkrong melalui foto atau cerita di media sosial sebagai bentuk

mengikuti tren dan membagikan aktivitasnya untuk mendapatkan pengakuan diri dari teman-teman media sosialnya (Wawancara Awal, 27 Desember 2025).

Berdasarkan hal ini diperkuat oleh hasil wawancara dengan Alya, seorang narasumber, yang menyatakan bahwa anak muda di Rantau Prapat kini banyak mencari tempat yang lebih menarik dan bernuansa modern karena kafe yang modern dianggap lebih bagus, *aesthetic*, dan nyaman. Kafe yang mewah dan modern memiliki fasilitas seperti menu makanan yang beragam, tempat duduk luas, kaca untuk berfoto, serta Wi-Fi yang lancar, dan pastinya ramai dikunjungi. Dengan memilih kafe yang mewah, anak muda lebih banyak menunjukkan adu *outfit*, berfoto, serta memesan makanan dan minuman yang lebih mahal untuk ditampilkan di media sosial seperti Instagram dan TikTok demi mencari validasi dari *followers*. Dengan demikian, bagi anak muda yang sering mengunjungi dan berkumpul di kafe, aktivitas ini telah menjadi salah satu gaya hidup konsumtif mereka (Wawancara Awal, 27 Desember 2025).

Kafe-kafe modern di Rantau Prapat kini mulai berlomba-lomba menghadirkan *spot* foto bertema kekinian, seperti dinding dengan cermin besar, lampu estetik, atau sudut outdoor dengan tanaman hias, guna menarik minat anak muda. Strategi ini sangat efektif karena anak muda cenderung memilih tempat berdasarkan *'instagrammable'* tidak hanya berdasarkan rasa makanan atau kualitas pelayanan. Tak hanya itu, anak muda tersebut sering membandingkan jumlah *like* dan komentar di setiap unggahan. Jika setiap unggahan sedikit mendapatkan like, maka mereka akan menghapus unggahan tersebut dan mencari tempat kafe baru yang bisa lebi menarik untuk dibuat konten (Wawancara awal dengan remaja yang nongkrong di kafe, 27 Desember 2025).

Anak muda yang memiliki gaya hidup komsumtif dengan sering nongkrong di kafe Roxy menimbulkan berbagai permasalahan lainnya termasuk dalam keluarga, salah satunya mereka yang masih usia sekolah dan belum bekerja, sehingga sering meminta uang dalam jumlah banyak pada orang tua. Saat orang tua tidak sanggup memberikan uang sebagaimana yang diminta sering menimbulkan konflik dalam keluarga. Bahkan menimbulkan perilaku menyimpang lainnya seperti mengambil uang orang tua tanpa sepengetahuannya. Hal ini dilakukan supaya ada uang untuk bisa mengikuti gaya hidup konsumtif. Perilaku konsumtif anak muda tersebut mendapatkan penolakan dari orang tua karena dianggap tidak baik sebab bukan kebutuhan utama untuk anak muda, dan dipandang pemborosan pengeluaran biaya, juga dapat mempersulit kondisi ekonomi keluarga (Wawancara awal dengan orang tua anak muda, 2 Januari 2026).

Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan di atas penulis tertarik melakukan penelitian ini untuk memahami bagaimana kebiasaan nongkrong berperan dalam membentuk gaya hidup konsumtif dan bagaimana makna sosial di balik aktivitas tersebut terbentuk melalui interaksi di ruang publik.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pola kebiasaan nongkrong anak muda di Kelurahan Bakaran Batu, Kota Rantau Prapat?
2. Motivasi apa yang mendorong gaya hidup konsumtif di kalangan anak muda yang sering nongkrong?

1.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada anak muda yang masih usia sekolah SMA dengan rentan usia 17 tahun sampai 19 tahun. Juga memfokuskan pada bentuk

kebiasaan nongkrong di kafe pada kalangan anak muda, dan motif yang mendorong gaya hidup konsumtif di kalangan anak muda yang sering nongkrong.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan pola kebiasaan nongkrong anak muda di Kelurahan Bakaran Batu, Kota Rantau Prapat.
2. Memahami motivasi yang mendorong gaya hidup konsumtif di kalangan anak muda.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian Sosiologi Ekonomi terutama tentang budaya konsumsi dan gaya hidup anak muda di daerah urban kecil. Temuan penelitian dapat digunakan untuk memperluas penerapan teori konsumsi simbolik Baudrillard dalam konteks masyarakat Indonesia kontemporer.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat menjadi sumber bacaan khususnya mahasiswa di FISIP Universitas Malikussaleh yang membaca skripsi ini dapat meningkatkan pengetahuan dan informasi tentang gaya hidup konsumtif pada anak muda Kelurahan Bakar Batu yang sering nongkrong di kafe-kafe, juga menambah pengalaman peneliti dalam melakukan penelitian ini.