

GAYA HIDUP REMAJA DI KOTA PALEMBANG (STUDI PADA BUDAYA TONGKRONG)

Yolanda Stepy¹, Firman², dan Rusdinal³

¹ Master Program of Social Science of Universitas Negeri Padang

²Lecture Master Program of Social Science of Universitas Negeri Padang

³Lecture Master Program of Social Science of Universitas Negeri Padang

Email: yolanrms@gmail.com, firman@konselor.org, rusdinalhar@yahoo.com

Abstrak

Latar belakang penelitian ini adalah fenomena menjamurnya bisnis kafe di Kota Palembang pada rentang tahun 2015 hingga 2019. Hal tersebut disebabkan kegemaran remaja di Kota Palembang menghabiskan waktu di kafe baik untuk sekedar kumpul dengan teman, atau mengerjakan tugas sekolah dan kampus. Kota Palembang tergolong kota metropolitan dengan luas 358,55 km² dan dihuni 1.573.898. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah kualitatif. Yaitu suatu prosedur penelitian menghasilkan data deskriptif (kata-kata) yang bersumber dari observasi, wawancara, atau analisis data sekunder. Penulis melakukan pengumpulan data primer bersumber dari wawancara dan observasi sedangkan data sekunder berupa dokumen berkaitan dengan isu penelitian. Hasil penelitian dilakukan oleh penulis penyebab remaja mempunyai gaya hidup tongkrong di kafe adalah sebagai berikut: 1) kafe menawarkan kenyamanan kepada remaja melalui beragam fasilitas seperti wifi gratis, tempat duduk yang nyaman dan pelayanan yang memuaskan. 2) Menjadi media aktualisasi diri bagi remaja. Dengan nongkrong di kafe remaja membentuk konsep tentang diri mereka terhadap orang lain. 3) menjadi sebuah sosial prestige bagi remaja. Remaja yang sering tongkrong di kafe dianggap mempunyai status sosial tinggi karena dianggap mempunyai uang cukup banyak oleh teman temannya.

Kata Kunci: *Remaja, Gaya Hidup.*

Abstract

The background of this research is the phenomenon of the mushrooming of cafe businesses in Palembang in the span of 2015 to 2019. This is due to the fondness of teenagers in Palembang City to spend time in cafes either to just gather with friends, or do school and campus assignments. Palembang city is classified as a metropolitan city with an area of 358.55 km² and inhabited by 1,573,898. The research method that I use is qualitative. That is a research procedure to produce descriptive data (words) originating from observation, interviews, or secondary data analysis. The author conducts primary data collection sourced from interviews and observations while secondary data in the form of documents relating to research issues. The results of the study carried out by the authors of the causes of adolescents having a barking lifestyle in cafes are as follows: 1) cafes offer comfort to teenagers through various facilities such as free wifi, comfortable seating and satisfying service. 2) Become a media of self-actualization for teenagers. By hanging out in cafes teens form concepts about themselves to others. 3) becoming a social prestige for teenagers. Teenagers who often hang out in cafes are considered to have high social status because they are considered to have enough money by their friends.

Keywords: *Youth, Lifestyle.*

PENDAHULUAN

Industri kuliner di Indonesia, merupakan sektor strategis yang sedang berkembang di Indonesia. Kuliner bukan lagi produk yang habis untuk dikonsumsi lebih dari itu kuliner menjadi satu gaya hidup. Pertumbuhan industri kuliner ditandai dengan menjamurnya bisnis restaurant, rumah makan, dan kafe diberbagai daerah Indonesia. Selain itu juga kuliner menjadi alternative wisata yang semakin diminati masyarakat di semua kalangan khususnya remaja.

Menurut Asosiasi Pengusaha Kafe dan Restoran Indonesia (Apkrindo) mencatatkan sektor kuliner di Jawa Timur (Jatim) mengalami pertumbuhan hingga lebih dari 20 persen sepanjang 2018. Hal ini dipengaruhi adanya perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin modern (<https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2019/03/08/123891>). Di kota Palembang sendiri menurut Data dari Kepala Bidang Perizinan, Non Perizinan, Pembangunan dan Lingkungan total pengajuan perizinan sampai dengan 1 Januari hingga 28 Februari 2018 terdapat 2.759 pengajuan perizinan dan yang paling dominan adalah di sektor hygiene dan sanitasi serta kepariwisataan termasuk di dalamnya bidang restaurant dan kafe. Sedangkan pada awal tahun 2019 untuk tanda daftar usaha pariwisata tahun ini terdapat 126 pengajuan yang masuk, sedangkan untuk hygiene dan sanitasi terdapat 67.

Khususnya untuk bisnis kafe di Kota Palembang terdapat banyak pilihan serta ragam tema, jenis makanan, jenis minuman, hingga tema yang ditawarkan oleh pengelola kafe. Pangsa pasar dari pengelola adalah kalangan remaja yang mempunyai banyak komunitas-komunitas sehingga mendatangkan banyak pelanggan.

Saat ini, kafe bagi remaja Kota Palembang menjadi alternatif untuk memanfaatkan waktu luang ataupun tujuan yang lebih berkumpul dengan temannya. Berbagai motif menjadi alasan sendiri setiap individu yang datang ikut memberikan kontribusi terhadap proses konsumsi ruang kafe saat ini. Pola konsumsi ruang yang terjadi dapat berubah seiring mengalirnya selera, motif dan berbagai kepentingan bagi setiap pelaku di dalamnya. Tidak hanya itu, perubahan ruang kafe dan gaya hidup juga ikut mempengaruhi bahkan mengubah pola konsumsi serta motif individu dalam mengunjungi kafe. Hal ini mengingat, tendensi gaya hidup seseorang ditentukan melalui cara memilih, menggunakan benda atau dalam proses konsumsinya (Tomlinson, 1990: 20). Dinamika pemaknaan pada konsumsi dan ruang akan berdampak pada sektor kuliner. Bahkan mengkonsumsi kuliner tertentu pada ruang tertentu dapat menjadi satu gaya hidup.

Budaya konsumsi menurut marx dilatarbelakangi oleh munculnya masa kapitalisme. Marx berpendapat bahwa cara produksi yang dijalankan oleh kepemilikan pribadi sebagai sarana produksi. Kapitalisme bertujuan untuk meraih keuntungan sebesar-besarnya, dengan cara mengeksploitasi para pekerja. Tahapan selanjutnya dalam merealisasikan keuntungan tersebut dalam bentuk uang, hasil produksi yang ada dijual, dan dipasarkan kepada masyarakat sebagai komoditas (Lechte, 2001:352). Dalam hal ini kopi yang ditawarkan pada satu kafe adalah cara atau mekanisme pemodal untuk mendapatkan hasil dan keuntungan maksimal.

Tucker (2011: 6-7) mengatakan seseorang dapat meminum kopi dengan pola, dan cara tertentu untuk memuaskan hasratnya sehingga tidak hanya nilai secangkir kopi yang ia minum namun terdapat Gaya hidup yang mengalir didalamnya. Selain itu Heryanto (2008) berpendapat bahwa melalui secangkir kopi menjadikan kafe sebagai pilihan gaya hidup yang bisa didapatkan, diisi ulang, atau bahkan ditingkatkan Berbagai pilihan yang ditawarkan 'tempat ngopi' menjadikan orang memiliki beragam pilihan gaya hidup baru yang lebih cair, dan disadari atau tidak menjadi bagian dari kehidupan mereka sehingga kecenderungan untuk terikat pada kegiatan ini pun cukup tinggi.

Baudrillard berpendapat bahwa konsumsi menjadi semacam pekerjaan dimana masing masing pribadi menanamkan dunia pribadinya dengan makna melalui "manipulasi aktif tanda-tanda. Apa yang dikonsumsi bukanlah objek itu

sendirimelainkan sistem objek. Gagasan suatu relasi yang sebenarnya tidak hidup lagi melainkan menakhiri menyamakan, terkonsumsi oleh sistem itu sendiri (Aziz.2001:6)

Penilaian seseorang terhadap satu kafe sebagai tempat “nongkrong” dengan alasan tertentu menjadi fenomena yang menarik dan berdampak bagi kehidupan sosial kita, terutama soal perubahan gaya hidup, pola konsumsi, dan bentuk interaksi yang terjadi. Seakan menjadi hal yang lumrah ketika orang-orang memindahkan kegiatan sehari-hari mereka ke kafe seperti mengetik, membaca, mengobrol bersama teman, ataupun sekedar mencari hiburan. Sehingga tongkrong dikafe bukan lai sebuah tindakan konsumsi. Lebih jauh menjadi gaya hidup masyarakat perkotaan.

Di Kota Palembang telah disebutkan sebelumnya bahwa pertumbuhan bisnis kafe mengalami kenaikan karena permintaan konsumen remaja yang kian bertambah. Khususnya di kawasan Kambang Iwak, tepatnya Jalan Merdeka, Talang Semut setiap hari terdapat ratusan pelanggan menghabiskan waktu untuk nongkrong disana terlebih malam minggu pengunjung akan semakin ramai.

Masyarakat saat ini telah mengalami perubahan cara hidup dari konsumsi ke konsumeris. Masyarakat konsumeris adalah masyarakat yang menciptakan nilai-nilai yang berlimpah ruah melalui barangbarang konsumeris, serta menjadikan konsumsi sebagai pusat aktivitas kehidupan (Piliang, 2003:17).

Saat ini masyarakat Indonesia terdapat suatu kecenderungan untuk menjadi masyarakat konsumeris. Hal ini dapat dilihat dari gaya berpakaian, telepon genggam yang digunakan, serta mobil yang dikendarai, dianggap dapat merepresentasikan status sosial tertentu. Fenomena seperti ini, dengan mudah kita temukan di malatau pusat-pusat perbelanjaan. Sebagian besar pengunjung berpakaian dan mengenakan aksesoris yang sesuai dengan fashion dan mode yang sedang berlaku saat ini. Hampir semua pengunjung memiliki telepon genggam serta kebanyakan dari pengunjung tersebut lebih memilih fast food (yang dianggap lebih bergengsi) daripada makanan tradisional khas Indonesia. Barang elektronik, fast food, pakaian bermerek, dan lain-lain, sepertinya kini menjadi suatu kebutuhan primer dan tidak dapat ditinggalkan. Masyarakat tidak lagi membeli suatu barang berdasarkan skala prioritas kebutuhan dan kegunaan, tetapi lebih didasarkan pada gengsi, prestise, dan gaya.

Baudrillard berpendapat bahwa yang dikonsumsi oleh masyarakat konsumeris (consumer society) bukanlah kegunaan dari suatu produk melainkan citra atau pesan yang disampaikan dari suatu produk. Sebagai contoh, apabila konsumen membeli mobil BMW, ia membeli produk tersebut bukan hanya karena kegunaan mobil tersebut sebagai sarana transportasi, akan tetapi mobil BMW tersebut juga menawarkan citra tertentu pada konsumen yaitu kemewahan dan status sosial yang tinggi. Selain itu, Baudrillard juga berpendapat bahwa setiap individu dalam masyarakat konsumeris memiliki keinginan untuk terus melakukan pembedaan antara dirinya dengan orang lain. Individu akan terus mengonsumsi produk produk yang dianggap akan memberikan atau menaikkan status sosialnya, tanpa memikirkan apakah produk tersebut dibutuhkan atau tidak. Hal ini senada seperti kutipan berikut “yang ditekankan di sini adalah bahwa objek tidak hanya dikonsumsi dalam sebuah masyarakat konsumeris; mereka diproduksi lebih banyak untuk menandakan status daripada untuk memenuhi kebutuhan. Oleh sebab itu, dalam masyarakat konsumeris yang lengkap (thorough-going) objek menjadi tanda, dan lingkungan kebutuhan, jika memang ada, jauh ditinggalkan” (Lechte, 2001:354).

Dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak lagi melakukan tindakan konsumsi suatu objek atas dasar kebutuhan atau kenikmatan, tetapi juga untuk mendapatkan status sosial tertentu dari nilai tanda atau sign value yang diberikan objek tersebut, seperti yang dikemukakan oleh Baudrillard berikut “One of the strongest proofs that the principal and finality of consumption is not enjoyment or pleasure is that is now something which is forced upon us, something institutionalized, not as right or pleasure but as the duty of citizen” (Baudrillard,1998:80).

Kafe dalam Bahasa Indonesia merupakan serapan dari kata café dalam Bahasa Inggris yang merupakan serapan dari Bahasa Perancis yang berarti kopi. Menurut Cambridge dictionary, café is a restaurant where simple and usually quite cheap meals are served (<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/cafe>). Sedangkan menurut Oxford dictionary café sendiri memiliki tiga pengertian, (1) A small restaurant selling light meals and drinks, (2) North American: A bar or nightclub, (3) South African: A shop selling sweets, cigarettes, newspapers, etc. and staying open after normal hours (<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/cafe>). Dari beberapa pengertian tersebut di atas dapat dilihat bahwa berbeda negara memiliki definisi kafe masing-masing meskipun terkadang yang dimaksudkan adalah sama.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kafe diartikan sebagai (1) tempat minum kopi yang pengunjungnya dihibur dengan musik; (2) tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman, seperti kopi, teh, bir, dan kue-kue; kedai kopi (<http://kbbi.web.id/kafe>)

Berpijak melalui pemaparan latar belakang di atas, penelitian ini berupaya mengkaji lebih jauh keterkaitan antara merebaknya kafe-kafe di Palembang dengan minat remaja mengunjungnya. Penelitian ini berfokus pada gaya hidup remaja dipalembang tentang bagaimana, motif atau tujuan remaja mengunjungi kafe menjadi hal yang menarik.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Lokasi dari penelitian ini Di Kota Palembang dengan memilih lokasi di Jalan Kambang Iwak, tepatnya Jalan. Merdeka, Talang Semut Dipilihnya lokasi ini karena belum adanya peneliti yang mengkaji keterkaitan fenomena budaya nongkrong di kafe remaja

Populasi, Sampel dan metode Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh remaja yang berkunjung di kafe di kawasan Kafe Sekitar kawasan Kambang Iwak, Merdeka, Talang Semut Kota Palembang.

Penulis menggunakan metode accidental, artinya setiap pengunjung remaja yang ditemui dapat dijadikan sampe penelitian. Penulis mengambil 100 orang responden.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data kualitatif dalam bentuk narasi melalui informasi ataupun keterangan yang diperoleh secara langsung dari anak-anak muda (konsumen aktif) yang berdomisili di Kota Palembang, baik itu laki-laki ataupun perempuan. Berikut data sekunder, data-data yang sifatnya didapat melalui pihak lain. Dalam artian, sebagai penunjang yang diperoleh melalui analisis pustaka berupa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan objek penelitian yang mendukung data lapangan.

Analisa Data

Analisis data yang digunakan penelitian ini adalah analisis deskriptif kualitatif. Lebih lanjut, proses analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, hingga mencapai tahap simpulan atau verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Remaja Pengunjung Kafe

Remaja Berdasarkan Umur

Dari hasil penelitian yang dilakukan remaja yang berkunjung di Kafe Kafe Sekitar kawasan Kambang Iwak, Merdeka, Talang Semut Kota Palembang mempunyai tingkat umur sebagai berikut:

Tabel 1
Tingkat Umur Remaja Pengunjung Kafe

Umur	Jumlah	Persentase
12-15	25	25 %
16-19	30	30%
20-23	45	45%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019

Remaja Berdasarkan Pendidikan

Dari hasil penelitian yang dilakukan remaja yang berkunjung di Kafe Kafe Sekitar kawasan Kambang Iwak, Merdeka, Talang Semut Kota Palembang mempunyai tingkat pendidikan sebagai berikut:

Tabel 2
Tingkat Pendidikan Remaja Pengunjung Kafe

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMP	24	24%
SMA	31	31%
S1	39	39%
S2	6	6%
Total	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019

Intensitas Berkunjung Ke Kafe

Dari hasil penelitian yang dilakukan remaja yang berkunjung di Kafe Kafe Sekitar kawasan Kambang Iwak, Merdeka, Talang Semut Kota Palembang mempunyai intensitas berkunjung ke kafe sebagai berikut:

Tabel 3
Intensitas Remaja Berkunjung Ke Kafe

Intensitas	Jumlah	Persentase
Satu Minggu Sekali	34	34%
Satu Minggu Dua Kali	36	36%
Satu Minggu Tiga Kali	20	20%
Lebih dari Tiga Kali Seminggu	10	10%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019

Lamanya Berkunjung

Dari hasil penelitian yang dilakukan remaja yang berkunjung di Kafe Kafe Sekitar kawasan Kambang Iwak, Merdeka, Talang Semut Kota Palembang lamanya remaja berkunjung ke kafe sebagai berikut:

Tabel 4
Intensitas Remaja Berkunjung Ke Kafe

Lama	Jumlah	Persentase
1-3 jam	85	85%
4-6 jam	11	11%
< 6 Jam	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber: Hasil Penelitian 2019

Motifasi Remaja Mengunjungi Kafe Kafe menawarkan Fasilitas Bagus

Seiring perkembangannya Kafe tidak hanya menjadi tempat makan ataupun minum. Lebih dari itu kafe menjadi tempat berkumpul, rapat atau tempat diskusi sehingga penyedia jasa saling berlomba untuk menarik konsumen dengan fasilitas yang lengkap. Di beberapa kafe menyediakan fasilitas seperti wifi gratis, ruangan VVIP, juga menawarkan hiburan live music pada setiap akhir pekan. Selain itu menu pada kafe-kafe sekitar kawasan Kambang Iwak, Merdeka, Talang Semut Kota Palembang juga tergolong murah. Untuk minuman erkisar 10 sampai dengan 20 ribu.

Beberapa remaja mengungkapkan betah berlama-lama di Kafe karena adanya fasilitas wifi gratis. Ia mengaku selain untuk makan dan minum di kafe juga mengerjakan tugas sehingga menghemat kuota internet. Remaja lain mengungkapkan bahwa ia berkunjung ke kafe hanya membeli satu gelas minuman hanya untuk mendapatkan akses wifi gratis.

Beberapa orang juga mengaku berkunjung ke kafe dikarenakan menyukai menu pada salah satu kafe. Ia sengaja berkunjung untuk menikmati makanan tersebut.

Menjadi media aktualisasi diri bagi remaja.

Sebagai anak muda, mengikuti tren yang sedang berkembang merupakan suatu bentuk aktualisasi diri yang dilakukan untuk membentuk konsep diri mereka terhadap orang lain. Mereka akan meniru suatu hal yang baru dan dianggap menjadi simbol kekinian. Selain faktor kenyamanan dan pengaruhnya terhadap gaya hidup, bentuk aktualisasi diri juga merupakan bagian dari satu kebutuhan yang wajib dipenuhi karena di masa remaja ini mereka sedang mencari identitas diri.

Salahnya tren yang di ikuti remaja di Kota Palembang adalah kebiasaan untuk nongkrong di kafe yang erat kaitannya dengan bagian dari kebutuhan aktualisasi diri mereka.

Bagi sebagian remaja di kota Palembang kebutuhan nongkrong atau pergi ke kafe berbeda dengan kebutuhan orang-orang dewasa yang umumnya hanya untuk mengonsumsi kopi ataupun hanya sebatas melepas penat, atau bertemu rekan bisnisnya. Remaja biasanya mengunjungi kafe untuk menghabiskan waktu dan mengikuti tren yang sedang berkembang di perkotaan. Khususnya di Kota Palembang budaya nongkrong di kafe pada awal 2015 menjadi tren tersendiri bagi mereka.

Pada era digital ini tidak ada budaya yang dimiliki oleh sebagian orang, budaya dengan cepat menyebar ke penjuru dunia dan dipraktikkan oleh banyak orang, beberapa ahli menyebutnya "*pop culture*" atau budaya populer budaya populer. Nongkrong di kafe merupakan budaya populer yang sedang berkembang di Indonesia dan di ikuti oleh remaja di Kota Palembang.

Mereka berkunjung ke kafe tidak hanya untuk eksis di dunia nyata tetapi juga untuk eksis pada media sosial. Mereka akan mengunggah kegiatan di kafe agar lebih banyak teman yang mengetahuinya sebagai ekstensi diri.

Mereka biasanya mengunggah foto makanan atau minuman dengan menampilkan brand kafe yang cukup terkenal banyak dilakukan oleh anak muda saat ini, dengan mengunggah foto brand tersebut mereka seperti ingin memberitahukan kepada orang banyak bahwa mereka sedang berada di sebuah tren yang sedang happening yaitu nongkrong di kafe.

Lebih lanjut, keragaman bentuk dan fungsi kafe bagi remaja tidak hanya dilihat berdasarkan jenis makanan atau minuman yang ditawarkan, tetapi individu yang ada beserta kegiatan yang terjadi di dalamnya ikut mempengaruhi proses konsumsi dewasa ini. Pemahaman area konsumsi (*sites of consumption*) sebagai pembentuk konsumerisme cara hidup, dalam hal ini budaya nongkrong anak muda di kafe, tak pelak memunculkan dimensi spasial konsumerisme sebagai gaya hidup. Sebagai area konsumsi, kafe sejatinya yang selama ini identik dengan tempat meminum kopi, bercengkerama sembari ditemani minuman atau hidangan ringan pada perkembangannya tidak hanya sebatas pada kegiatan itu saja.

Persoalan minum kopi, pun minuman sejenis lainnya tidak hanya sebatas untuk melepaskan dahaga, melainkan terjadinya berbagai motif dan dinamika yang dimiliki seseorang ketika mengunjungi sebuah kafe ikut mempengaruhi ragam perilaku konsumen kafe terhadap ruang kafe itu sendiri. Oleh karenanya, kafe saat ini sarat dimaknai sebagai ruang yang tidak hanya sebatas pada penyediaan kopi sebagai simbol keberadaan sebuah ruang, namun kafe telah menjadi satu penanda momentum di mana kebudayaan baru mulai terbentuk (Palupi, 2016:134).

Pada akhirnya, perilaku nongkrong anak muda di kafe menjadi faktor pendukung gaya hidup seseorang dalam kaitannya dengan perilaku mengonsumsi ruang kafe. Terbentuknya iklim nyaman, suasana pendukung seperti kesan yang merepresentasikan jiwa muda, penambahan desain bar, cenderung atraktif, tersedianya fasilitas Wi-Fi, dan juga berpendingin ruangan menjadi faktor yang mempengaruhi perilaku anak-anak muda untuk menjadikan kafe sebagai tempat nongkrong favoritnya. Kehadiran kesan yang modern, begitupun tata ruang, pemilihan warna yang tepat, aksesoris pendukung dengan berbagai konsep (vintage) menambah kesan homey yang memaksa setiap pengunjung betah untuk berlama-lama di dalam ruang kafe tersebut. Sejatinya, nuansa homey sengaja diciptakan agar pengunjung yang datang merasakan seperti berada di rumah sendiri dengan pengalaman dan kebiasaan yang berbeda.

Menjadi sebuah sosial *prestie* bagi remaja.

Nongkrong di kafe juga kafe selain bertujuan untuk membeli makan dan minuman tetapi juga membeli nilai-nilai *prestise* yang ditimbulkan dari kepopuleran budaya ngafe tersebut sehingga tak jarang remaja masa kini nongkrong di kafe hanya untuk memperoleh status sosial yang dianggap tinggi oleh orang lain. Semakin mereka sering mengunjungi satu kafe maka akan dianggap lebih gaul, leih *up to date*, *lebih kekinian*, dan lebih kaya.

Sehingga mereka juga mengupload dan update status baik di WA Story, Instagram stori atau facebook. Tindakan meng-update status ketika berada di kafe saat ini sudah banyak dan sering dilakukan oleh anak muda masa kini sehingga kita menganggapnya tindakan yang wajar, namun jika diteliti lebih mendalam itu adalah sebuah pengungkapan diri di mana beberapa kelompok anak muda dalam gambar tersebut ingin dilihat dan diapresiasi oleh orang lain. Selain foto diri dan bersama teman yang diunggah ke media sosial, juga banyak anak muda beraktualisasi diri dengan mengunggah foto produk dari sebuah kafe yang dibeli dengan menampilkan sebuah brand.

Simpulan

Dari peneltian yang telah dilakukan penulis menyimpulkan penelitian sebagai berikut: Bahwa mayoritas pengunjung remaja berusia 20-23 tahun sebanyak 45 orang. Sebagian besar mereka adalah remaja yang menempuh pendidikan strata satu. Mereka biasanya engunjungi kafe sebanyak duakali seminggu yaitu sebanyak 36 orang. Sedangkan lamanya mereka mengunjungi kafe yaitu satu sampai tiga jam sebanyak 85 remaja. Budaya nongkrong di kafe karena kafe menawarkan fasilitas yang lengkap seperti wifi, live music dan juga ruangan yang nyaman. Selain itu nengkrong dikafe menjadi menjadi media aktualisasi diri bagi remaja dan juga menjadi sebuah sosial *prestie* bagi remaja.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, M.Imam, Galaksi Simulacra. LKIS: Yogyakarta
- Baudrillard dan Herbert Marcuse. Skripsi Program Sarjana bidang filsafat Universitas Indonesia, Jakarta.
- Lechte, John. (2001). 50 Filsuf Kontemporer Dari Strukturalisme sampai Postmodernitas (diterjemahkan dari Fifty Key Contemporary Thinkers oleh A. Gunawan Admiranto). Yogyakarta : Kanisius.
- Piliang, Yasraf Amir. (2003). Hipersemiotika; Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna. Yogyakarta: Jalasutra.
- Soedjatmiko, Heryanto (2008). *Saya Berbelanja Maka Saya Ada*. Yogyakarta, Jalasutra.
- Tomlinson, Alan (ed). (1990). Consumption, Identity, and Style: Marketing, meanings, and the packaging of pleasure. London & New York: Routledge
- Jahja, Yudrik, *Psikologi Perkembangan*, Jakarta: Kencana, 2011
- Wirawan, S. *Psikologi Remaja*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002
- <https://radarsurabaya.jawapos.com/read/2019/03/08/123891/kafe-dan-restoran-tumbuh-bisnis-equipment-beverage-meningkat>