

MOTIVASI REMAJA PEREMPUAN MENGUNJUNGI *COFFEE SHOP*

Oleh: Muhammad Bintang Abrar

e-mail: muhammad.bintang4217@student.unri.ac.id

Dosen Pembimbing: Teguh Widodo

e-mail: teguhwidodo@lecturer.unri.ac.id

Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R Soebrantas Km 12.5 Simpang Baru Pekanbaru,

28293. Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Motivasi adalah sebuah gejala psikologis yang ada pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar dengan tujuan melakukan perbuatan tertentu. Untuk itu bisa disimpulkan bahwa motivasi merupakan sebuah proses yang terjadi baik secara sadar maupun tidak untuk melakukan suatu tindakan tertentu yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan sehingga suatu individu merasa puas dengan tujuan tersebut. Dengan adanya motivasi yang mendorong remaja perempuan untuk mengunjungi *Coffee Shop* maka dari sana juga muncul pergeseran makna yang awalnya *Coffee Shop* hanya tempat ngopi, kini mereka memaknainya sebagai tempat hiburan karena *Coffee Shop* sekarang memiliki banyak fasilitas. Budaya nongkrong adalah satu dari sekian banyak jenis budaya yang ada. Kemajemukan budaya tersebut bisa kita lihat sebagai dari sikap, cara hidup, dan nilai – nilai yang ada di dalam kelompok tertentu. Nongkrong di *Coffee Shop* sudah menjadi gaya hidup masyarakat modern di Kota Pekanbaru, salah satu *Coffee Shop* nya adalah *Coffee Shop* Kala Bumi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hal apa yang memotivasi remaja perempuan untuk mengunjungi *Coffee Shop* serta bagaimana remaja perempuan memaknai *Coffee Shop* sebagai tempat hiburan. Pemilihan subjek dalam penelitian ini menggunakan metode purposif sampling dengan ciri remaja perempuan yang memiliki rentang usia 17-24 tahun dan sudah mengunjungi *Coffee Shop* Kala Bumi setidaknya sebanyak tiga kali dalam satu bulan terakhir.

Kata Kunci: Motivasi, *Coffee Shop*, Gaya Hidup.

MOTIVATION OF ADOLESCENT GIRL VISITING THE COFFEE SHOP

By: Muhammad Bintang Abrar
e-mail: muhammad.bintang4217@student.unri.ac.id
Supervisor: Teguh Widodo
e-mail: teguhwidodo@lecturer.unri.ac.id

*Departement of Sociology
Faculty of Social Science and Political Science
Universitas Riau
Bina Widya Campus, Jl. H.R Soebrantas Km 12.5 Simpang Baru Pekanbaru,
28293. Telp/Fax. 0761-63277*

ABSTRACT

Motivation is a psychological symptom that appears in a person consciously or unconsciously to take action with a specific purpose. For this reason, it can be concluded that motivation is a process that occurs both consciously and unconsciously to carry out certain actions that aim to meet needs so that an individual feels satisfied with that goal. With the motivation that encourages young girls to visit the Coffee Shop, from there a shift in meaning appears, from where the Coffee Shop was originally just a Coffee Shop, now they interpret it as a place of entertainment because the Coffee Shop now has many facilities. Hanging out culture is one of the many types of culture that exist. We can see this cultural pluralism in terms of attitudes, ways of life, and values that exist within certain groups. Hanging out at the Coffee Shop has become a lifestyle for modern society in Pekanbaru City, one of the Coffee Shops is the Kala Bumi Coffee Shop. This study aims to find out what motivates young girls to visit the Coffee Shop and how young women interpret Coffee Shops as a place of entertainment. The selection of subjects in this study used a purposive sampling method with characteristics of teenage girls who had an age range of 17-24 years and had visited the Kala Bumi Coffee Shop at least three times in the past month.

Keywords: *Motivation, Coffee Shop, Lifestyle.*

PENDAHULUAN

Globalisasi merupakan perubahan secara menyeluruh yang di alami semua orang. Aktifitas orang pada saat ini berbeda dengan aktifitas orang dahulu. Perubahan tersebut sebenarnya juga akan terjadi pada gaya hidup masyarakatnya di masa yang akan datang. Modernisasi sudah banyak mengubah gaya hidup pada saat ini perkembangan kebutuhan hidup manusia yang disebabkan oleh kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi terus mengalami perubahan dari masa ke masa. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi juga mempengaruhi perubahan sosial, ekonomi, dan sosial budaya di tengah masyarakat (Haryono 1999).

Seiring dengan perkembangan zaman, orang-orang semakin terbiasa untuk hidup dengan dimanjakan oleh perkembangan teknologi, komunikasi dan segala sesuatu yang mudah di gapai. Hal ini adalah akibat dari adanya modernisasi. Modernisasi merupakan sebuah proses perubahan dari keadaan tradisional menuju masyarakat yang lebih maju (*modern*) atau masa kini. Sehingga, modernisasi dapat diartikan sebagai suatu proses perubahan pada saat masyarakat yang sedang memperbaiki dirinya berusaha mendapatkan karakteristik atau identitas yang ada pada diri masyarakat modern. Masyarakat modern selalu dapat dikenali dengan kehidupan yang bebas dalam hal memiliki tugas dan kewajiban yang sama antara laki-laki dan perempuan. Antara lain dapat dilihat dari budaya nongkrong yang dulunya hanya dilakukan umumnya oleh kaum laki-laki

saja, sekarang ini kegiatan nongkrong juga dapat dilakukan oleh perempuan sudah menjadi hal yang lumrah. Hal ini karena mindset atau pemikiran masyarakat yang semakin terbuka (*open minded*) bahwa nongkrong bukan hanya diperbolehkan untuk laki-laki saja, melainkan oleh perempuan bahkan segala kalangan (Yuliati Rina 2021).

Kegiatan untuk nongkrong di *Coffee Shop* ini sudah berubah menjadi suatu gaya hidup remaja saat ini, karena konsep *Coffee Shop* yang terkesan modern ditambah dengan suasana nyaman dan memiliki desain industrial yang mana pada saat ini model arsitektur yang disukai banyak orang tentu akan membuat pengunjung untuk tidak sekedar nongkrong dengan hanya memesan segelas minuman saja, namun pengunjung akan menjadikan *Coffee Shop* sebagai tempat foto karena memiliki latar suasana dan tempat yang bagus sehingga pengunjung bisa untuk mengambil foto untuk diposting pada media sosial mereka, apalagi saat ini media sosial adalah salah satu wadah untuk melihatkan diri Mereka yang tak bisa menyesuaikan keadaan akan dianggap kalah dan tidak mampu melanjutkan survive menjalani hidup di era yang serba modern ini (Airlangga and Muchlisin 2007).

Semakin meningkatnya kebutuhan hidup manusia, semakin tinggi kemungkinan terjadinya peningkatan gaya hidup (*lifestyle*). Gaya hidup sendiri adalah bentuk dari sebuah dunia modern, atau yang akrab di dengar sebagai modernitas. Pola hidup yang dianggap

mengkhawatirkan adalah, pola hidup konsumtif. Konsumtif biasanya digunakan untuk merujuk kepada perilaku konsumen yang mana memanfaatkan jumlah uang lebih besar dari jumlah produksinya untuk barang dan jasa yang mana tidak menjadi kebutuhan pokok, contohnya orang yang berbelanja berdasarkan keinginannya bukan kebutuhannya. Perilaku yang demikian ini terus berkembang dan semakin pesat hingga menjangkit kaum muda untuk mengikuti trend yang berkembang agar tidak ketinggalan zaman sehingga timbul perilaku konsumtif (Komunikasi et al. 2019)

Gaya hidup atau *life style* tidak hanya bersangkutan dengan penampilan saja, namun juga menyangkut citra seseorang dalam menghabiskan waktunya, sebuah hal yang diutamakan pada penilaian terhadap suatu objek tertentu. perputaran hidup yang mengkhawatirkan merupakan bentuk hidup untuk berperilaku konsumtif dan menjauhkan diri dari gaya hidup produktif. Pola dan gaya hidup yang lebih diutamakan pada perilaku konsumsi bermaksud untuk memenuhi kepuasan dan kenikmatan sementara saja. Gaya hidup adalah cara manusia dalam upaya untuk memberikan representasi pada dunia kehidupannya, membutuhkan media serta ruang untuk mengekspresikan gambaran tersebut, antara lain ialah ruang bahasa dan benda-benda, yang di dalamnya gambaran mempunyai kedudukan yang sangat esensial. Pada aspek lainnya, gambaran sebagai suatu

jenis di dalam hubungan simbolis antara manusia dengan dunia objek, memerlukan bentuk dirinya kedalam berbagai bentuk dunia nyata.

Minuman kopi adalah minuman hasil seduhan dari biji kopi yang telah di keringkan dan dihaluskan menjadi bubuk. Kopi merupakan suatu produk di dunia yang dibudayakan hampir setiap negara beberapa contoh bentuk kopi yang paling sering di dengar atau di jumpai adalah jenis Robusta dan Arabica. Proses pembuatan kopi jika dimulai dari biji kopi akan memiliki banyak proses tahapan yaitu kopi yang telah di panen dengan baik akan di proses dan dikeringkan sebelum menjadi kopi gelondong, kemudian biji kopi akan di sangrai dengan tingkat derajat yang bervariasi. Setelah di sangrai, kopi akan dihaluskan dengan cara di giling sampai halus sehingga akan menjadi bubuk kopi yang kemudian dapat di konsumsi dengan cara di seduh dengan air atau dengan cara lainnya. Tingginya angka penghasil kopi di Indonesia menjadikan semakin banyaknya *Coffee Shop*. *Coffee Shop* merupakan suatu ruang atau tempat yang pastinya menjual makanan ringan bersama dengan minuman olahan kopi. Maraknya *Coffee Shop* tersebut dapat kita lihat pada daerah-daerah besar yang ada di Indonesia dengan beraneka ragam bentuk *Coffee Shop* mulai dari yang kelas mewah sampai dengan kelas sederhana.

Coffee Shop menjadi tempat untuk berkumpul dan bersantai bersama kerabat untuk mengisi waktu akhir pekan atau

hanya sekedar melepas rasa bosan dari kegiatan yang telah dilalui. Para remaja pun menggunakan kehadiran *Coffee Shop* sebagai salah satu tempat pilihan menyelesaikan tugas. Terkadang juga para pekerja atau karyawan yang menjadikan *Coffee Shop* sebagai pertemuan yang bersifat lebih informal atau lebih santai. Di *Coffee Shop* Kala Bumi diperkirakan jumlah cup/gelas yang habis setiap harinya sebanyak 200 cup/gelas. Kehadirannya berbagai pilihan tempat ngopi mengakibatkan persaingan yang sengit hingga membuat konsumen lebih bingung dalam memilih *Coffee Shop*.

Kota Pekanbaru Ibukota dari Provinsi Riau tidak ketinggalan dengan fenomena banyaknya *Coffee Shop*. Waktu berjalan dan tiap waktu ada *Coffee Shop* baru yang bermunculan. Jumlah *Coffee Shop* setiap bulannya terus bertambah. Aktivitas nongkrong (berkumpul bersama teman, saudara sambil menikmati kopi) di *Coffee Shop* tidak bisa lepas dari perilaku konsumtif, di mana setiap individu menghabiskan waktu dan uang mereka di *Coffee Shop* dengan berbagai aktivitas yang dilakukan. Dengan meningkatnya taraf hidup dan peningkatan gaya hidup masyarakat perkotaan di Indonesia hal tersebut menunjang terjadi peningkatan makna dalam minum kopi di kalangan masyarakat. Meminum kopi di *Coffee Shop* kini bukan lagi hanya bermaksud sebagai aktivitas konsumtif saja, akan tetapi dengan mengunjungi *Coffee Shop* untuk menikmati secangkir minuman olahan kopi sudah menjadi *lifestyle* dan

panggung sosial yang mana maknanya diperebutkan.

RUMUSAN MASALAH

1. Apa motivasi remaja perempuan untuk memilih aktifitas nongkrong di *Coffee Shop* Kala Bumi?
2. Bagaimana remaja perempuan memaknai *Coffee Shop* saat ini sebagai tempat nongkrong

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui hal yang memotivasi remaja perempuan untuk melakukan aktifitas nongkrong di *Coffee Shop* Kala Bumi
2. Untuk mengetahui bagaimana remaja perempuan memaknai *Coffee Shop*

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Interaksi Simbolik

Untuk memperoleh pemahaman interpretatif terhadap fenomena sosial yang ada, seseorang harus memahami teori interaksi simbolik. Ide dasar dari perspektif ini berkaitan dengan realitas sosial yang muncul sebagai hasil dari interaksi dan terkait erat dengan kemampuan manusia untuk menciptakan dan memanipulasi simbol. Dalam interaksi simbolik ini, pendekatan ini biasanya berpusat pada perundingan terbuka tentang definisi situasi berdasarkan makna bersama. Ada beberapa sosiolog modern yang telah berkontribusi dan mendukung teori

interaksionisme simbolik, seperti James Mark Baldwin, William James, Charles H. Cooley, John Dewey, William I. Thomas, dan George Herbert Mead. Di antara tokoh-tokoh tersebut, George Herbert Mead adalah tokoh yang paling populer sebagai pelopor teori dasar (Nugroho 2021).

Teori interaksionisme simbolik dikembangkan oleh George Herbert Mead pada tahun 1920-an dan 1930-an. Pada saat itu, George Herbert Mead adalah seorang profesor filsafat di Universitas Chicago. Sebagai seorang guru, ia sering mengungkapkan ide-idenya tentang interaksionisme simbolik kepada murid-muridnya. Dari mahasiswa ini, yang menerbitkan banyak catatan dan kuliah, teori interaksionisme simbolik George Herbert Mead mulai berkembang. Selanjutnya ketika buku itu diterbitkan tak lama setelah George Herbert Mead meninggal, yang menjadi dasar teori interaksi simbolik (Nugroho 2021). Mead membahas tiga ide utama dari teori hubungan simbolik dalam bukunya yang berjudul *Pikiran, diri sendiri, dan masyarakat*. Berikut merupakan penjelasannya berdasarkan pada buku West & Turner, 2008 dalam (Siena and Pribadi 2020) :

1. *Pikiran (Mind)*

Pikiran manusia memiliki kemampuan untuk menggunakan simbol, yang memiliki makna sosial yang sama, dan pikiran manusia harus berkembang melalui interaksi dengan orang lain. Di dalam pikiran ada tiga komponen penting: signifikansi simbol, pemikiran, dan peran.

Simbol, baik verbal maupun nonverbal, dirancang untuk dapat mengekspresikan perasaan dan pemikiran sehingga dapat dimiliki bersama.

2. *Diri (Self)*

Diri (*self*) didefinisikan sebagai kemampuan untuk mencerminkan diri dari sudut pandang orang lain (West dan Turner, 2008). Terdapat 3 unsur penting dari diri yaitu cermin diri (*looking-glass self*), pantulan penilaian (*reflected appraisals*) dan efek *pygmalion* (*Pygmalion effect*). Teori ini mengemukakan bahwa kita mempunyai kemampuan untuk menjadi subjek dan objek bagi diri kita sendiri melalui bahasa. Di dalam diri terdapat I dan Me, I sebagai subjek dan Me sebagai objek.

3. *Masyarakat (Society)*

Pikiran dan diri kita dipengaruhi oleh dua komponen penting masyarakat. Menurut Mead, orang lain, secara khusus, adalah orang-orang dalam masyarakat yang penting bagi kita, biasanya teman, anggota keluarga, dan kolega di tempat kerja. Sementara itu, menurut Joel M Charon dalam Pribadi, Suganda, Venus, dan Susanto (2018), orang lain secara umum (*generalized other*). Jadi, masyarakat dapat terbentuk karena semua orang setuju untuk mengikuti aturan dan nilai yang disepakati.

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan cara hidup seseorang untuk menghabiskan waktu (kegiatan) yang mereka anggap penting dalam lingkungannya, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan lingkungan sekitarnya. Gaya

hidup seseorang bergantung pada dirinya sendiri, walaupun seseorang tersebut hidup di dalam lingkungan yang tidak baik jika orang tersebut dapat mengontrol dirinya maka dia tidak akan terpengaruh dengan itu, sebagai contoh orang yang hidup di lingkungan orang-orang yang memiliki perilaku konsumtif yang tinggi dengan tujuan memperlihatkan kekayaan yang dimilikinya agar mendapatkan pujian dari orang lain. Sebaliknya juga bagi orang yang tidak dapat mengontrol dirinya maka dia akan mudah terpengaruh dengan gaya hidup orang lain. (Fatmawati 2020)

Berkumpul di warung kopi hanyalah aktivitas untuk beristirahat dan mengisi waktu luang, tetapi sekarang sudah menjadi gaya hidup. Namun perkembangannya ngopi menjadi sebuah gaya hidup yang terus berkembang. Perkembangan kopi pada saat ini tidak hanya tentang pengolahan kopinya, akan tetapi juga bagaimana penjual mempromosikan jualannya mulai dari tempat menjual minuman kopi tersebut atau *Coffee Shop* tersebut membuat tempat yang dapat menarik minat pengunjung untuk datang dan menikmati hidangan yang dipesan. (Ompusunggu and Djawahir 2014)

Budaya Nongkrong

Budaya nongkrong adalah satu dari sekian banyak jenis budaya yang ada di Indonesia. Kemajemukan budaya tersebut bisa kita lihat sebagai dari sikap, cara hidup, dan nilai – nilai yang ada di dalam kelompok tertentu. Hal ini bisa kita

pahami sebagai suatu aktivitas tertentu yang sudah menjadi kebiasaan, yaitu nongkrong. Meskipun kerap dipandang sebelah mata dan dianggap hanya menghabiskan waktu saja, budaya nongkrong hingga kini masih eksis dan masih banyak kita jumpai di tempat – tempat tertentu sekaligus menjadi bentuk ekspresi masyarakat untuk mengisi waktu tertentu atau melepas penat setelah seharian bekerja seperti berkumpul, berbincang santai bahkan menikmati hidangan tertentu. walaupun di satu sisi masyarakat kerap menilai budaya nongkrong seperti budaya pemalas dan kerap diasosiasikan negatif, sebenarnya budaya nongkrong memiliki manfaat untuk mengurangi stress akibat setelah seharian bekerja (Fauzi, Punia, and Kamajaya 2017).

Di sisi lain, budaya nongkrong juga memiliki manfaat untuk meningkatkan kreatifitas dalam berpikir dan berkarya, kreatifitas ini kemudian disalurkan dalam bentuk berbisnis dan berwirausaha. Misal, belakangan ini jika kita lihat sudah banyak *Coffee Shop* atau warung kopi yang memberikan fasilitas nongkrong untuk remaja. Bukan hanya itu, makin maraknya warung kopi dan beragam fasilitas pun menjadi tempat nongkrong yang murah dan merakyat (Siregar 2016).

Budaya nongkrong bisa dimaknai sebagai media dalam berinteraksi dalam sebuah kelompok tertentu, yakni para pengunjung kafe atau warung kopi yang melakukan aktivitas nongkrongnya sebagai salah satu bentuk interaksi sosialnya. Budaya nongkrong di *Coffee*

Shop juga merupakan salah satu budaya yang diciptakan oleh sekelompok masyarakat sebagai wujud untuk berkumpul dan berkegiatan dengan sahabat atau keluarganya (Herlyana 2012).

Budaya nongkrong di *coffee shop* dapat dipahami bagi para setiap pelakunya. Ada yang memaknai budaya nongkrong di kafe sebagai media penghibur diri setelah seharian bekerja mendapat tekanan, nongkrong di kafe juga bisa diartikan sebagai sarana bersosialisasi. Meskipun banyak anggapan negatif yang muncul diakibatkan karena aktivitas tersebut dianggap sebagai aktivitas yang tidak produktif, membuang – buang waktu, tidak adanya tujuan yang jelas, juga tidak mempunyai maksud yang jelas bahkan lebih parahnya dianggap sebagai sarana untuk berjudi. Akan tetapi, budaya nongkrong akan menjadi aktivitas yang dinamis serta memiliki makna dan kepuasan tersendiri bagi para pelakunya (Restika 2021).

Coffee Shop

Menurut Munandar dalam (Utama 2017) Motivasi adalah proses di mana kebutuhan mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas yang membawa mereka pada tujuan tertentu; seseorang yang berhasil mencapai tujuannya berarti kebutuhannya dapat terpenuhi atau terpuaskan.

Menurut Suranto dalam (Utama 2017) Motivasi merupakan gejala psikologis yang muncul dalam diri seseorang secara sadar atau tidak sadar

untuk melakukan tindakan dengan tujuan tertentu. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa motivasi adalah proses yang terjadi baik secara sadar maupun tidak sadar untuk melakukan tindakan tertentu dengan tujuan memenuhi kebutuhan seseorang sehingga mereka merasa puas.

Pengaruh media sosial, selain desain tempat yang menarik, menarik remaja ke *Coffee Shop*. Saat ini, remaja sangat menyukai media sosial. Ada banyak postingan dan cerita tentang kopi dan nongkrong di kafe di media sosial, membuat banyak milenial, yang merupakan pengguna media sosial kelas berat, tertarik untuk mengikuti atau setidaknya mencoba tren tersebut. Milenial menjadi lebih tertarik pada kopi karena banyaknya film dan novel yang menggunakan kedai kopi sebagai latarnya. Akibatnya, kopi telah menjadi salah satu elemen gaya hidup generasi milenial. Generasi ini rela membayar mahal untuk kopi dan menikmatinya setiap hari.

Remaja

Menurut (Diananda 2019) Pada dasarnya manusia terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan baik secara fisik maupun secara mental dari masa ke masa. Seseorang akan mengalami masa perkembangan dari mulai masa kandungan, balita, anak-anak, remaja, dewasa hingga manula. Menurut WHO, remaja adalah penduduk dalam rentang usia 12-24 tahun, menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25 tahun 2014, remaja adalah penduduk

dalam rentang usia 10-18 tahun dan menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) rentang usia remaja adalah 10-24 tahun dan belum menikah. Masa remaja adalah masa peralihan atau masa transisi dari anak menuju masa dewasa

Menurut *National Coffee Association United States* tahun 2011, terdapat peningkatan konsumsi kopi harian pada remaja usia 17-24 tahun. *Coffee Shop* sekarang menciptakan suasana yang nyaman dan sederhana, yang disukai oleh remaja karena lokasinya dan suasananya yang nyaman. Menurut *International Coffee Organization Indonesia*, pelanggan warung kopi sekarang bukan hanya orang tua dan remaja. (Utama 2017).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. peneliti melakukan penelitian di *Coffee Shop Kala bumi* yang berada di Kelurahan Sukamaju, Kecamatan Sail, Kota Pekanbaru. Dalam penelitian ini yang akan menjadi subjek adalah remaja perempuan yang telah mengunjungi *Coffee Shop Kala Bumi* sebanyak tiga kali dalam satu bulan terakhir. Dalam penentuan subyeknya menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Kriteria untuk menjadi subjek penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Remaja perempuan yang mengunjungi *Coffee Shop Kala Bumi* setidaknya sebanyak tiga kali dalam satu bulan terakhir
2. Remaja perempuan yang memiliki rentang usia 12-24 tahun dan belum menikah

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagi para remaja, pada saat ini *Coffee Shop* memiliki banyak keunikan yang beraneka ragam sehingga membuat *Coffee Shop* menjadi tempat yang sangat diminati, dan juga dapat dilakukan berbagai macam aktifitas atau kegiatan di *Coffee Shop*.

Penelitian ini sudah dilakukan peneliti selama tiga minggu dan peneliti menyimpulkan bahwa para remaja mengunjungi *Coffee Shop* tidak hanya mencari makanan dan minuman yang disediakan oleh sebuah *Coffee Shop*, tetapi lebih ke mencari tempat dan suasana yang ada di *Coffee Shop* tersebut. Berikut adalah Faktor Yang Memotivasi Remaja Perempuan Melakukan Aktivitas Nongkrong di *Coffee Shop Kala Bumi* berdasarkan dengan teori Interaksionisme Simbolik.

Pikiran (*Mind*)

1. Tempat yang bagus
Tempat yang bagus adalah hal yang wajib dimiliki setiap *Coffee Shop* untuk menarik pelanggan mengunjungi *Coffee Shop* tersebut. Karena pada saat ini kebanyakan orang mengunjungi *Coffee Shop* tidak lagi mencari minuman yang paling enak tetapi lebih mencari tempat yang bagus dan nyaman, karena sudah

banyak nya *Coffee Shop* rata-rata memiliki rasa minuman yang tidak berbeda jauh tetapi memiliki desain tempat yang berbeda walaupun memiliki konsep yang sama. Model industrial pada saat ini menjadi model *Coffee Shop* yang banyak digemari para pengunjungnya karena memiliki desain yang sederhana tapi detail finishing dari pembuatan *Coffee Shop* nya akan sangat mempengaruhi keindahannya. berdasarkan dengan teori interaksionisme simbolik hal ini berkaitan dengan konsep pikiran atau *mind* karena dia mengunjungi *Coffee Shop* Kala bumi dengan tujuan mengekspresikan perasaannya dengan interaksi yang dilakukannya. Seperti halnya yang disampaikan oleh informan pada penelitian ini.

2. Sebagai Tempat Hiburan

Awalnya *Coffee Shop* yang lebih banyak dikenal orang sebagai kedai kopi adalah tempat yang menyediakan minuman kopi dan beberapa makanan ringan seperti gorengan dan makanan ringan lainnya yang umumnya disinggahi oleh laki-laki saja, akan tetapi pada saat ini *Coffee Shop* sudah memiliki banyak jenis olahan kopi yang disajikan. Bahkan tidak hanya olahan kopi saja, ada jenis minuman lainnya yang berbahan dasar non Coffee atau tanpa campuran kopi seperti Matcha, Red Velvet, Coklat, dan jenis jenis lainnya. Fasilitas yang disediakan juga lebih jauh banyak ragamnya mulai dari wifi yang memudahkan seseorang mengakses

internet untuk melancarkan pekerjaannya, fasilitas berupa ruangan yang dilengkapi dengan AC dan ruangan tanpa AC yang diperuntukan kepada perokok, serta fasilitas berupa live music yang dihadirkan dari pihak *Coffee Shop*. Tempat hiburan berkaitan dengan pikiran (*mind*) dalam teori interaksionisme simbolik karena seseorang mengekspresikan pikirannya terhadap tempat yang dikunjunginya.

Diri (Self)

1. Rekomendasi

Dalam memenuhi kebutuhannya, setiap individu akan mencari hal – hal yang dapat memenuhi kebutuhannya. Begitu juga para remaja perempuan di daerah perkotaan yang memiliki tingkat mobilitas yang tinggi dalam aktivitasnya. Hal ini yang mengharuskan para remaja perempuan dapat memenuhi kebutuhannya dalam rekreasi atau hiburan. Dalam pencariannya, para remaja perempuan akan meminta rekomendasi dari teman atau kerabatnya yang dalam memenuhi kebutuhannya.

2. Harga Terjangkau

Hal yang menjadi pertimbangan seseorang dalam menentukan tempat nongkrongnya adalah harga menu yang disajikan pada suatu tempat itu, khususnya yang menjadi sunjek penelitian ini adalah remaja perempuan yang mana umumnya belum memiliki penghasilan sendiri dan masih

mengharapkan uang jajan dari orang tuanya. Maka dari itu peneliti menetapkan *Coffee Shop* Kala bumi sebagai lokasi penelitian adalah *Coffee Shop* ini memiliki target pasar pelajar dan mahasiswa yang mana memiliki usia yang masih muda. Hal ini berkaitan dengan konsep diri (*self*) dalam teori interaksionisme simbolik yang mana dia akan melihat kemampuan dalam dirinya untuk mengikuti trend dan kebiasaan orang lain

3. Gaya Hidup

Pekanbaru merupakan kota yang tidak memiliki tempat wisata alam, adapun wisata alam terdekat yang dapat dicapai dari Kota Pekanbaru membutuhkan jarak tempuh sekitar 1-2 jam perjalanan sehingga tak banyak orang yang bisa dapat sewaktu-waktu langsung pergi kesana. Maka dari itu tempat yang menjadi pilihan warga Pekanbaru untuk menyegarkan pikiran seperti *Coffee Shop*, dan tempat hiburan lainnya yang tidak membutuhkan waktu dan uang yang banyak dalam menggapainya. Berawal dari situ gaya hidup pun muncul, jika seseorang mengalami hari yang berat atau sedang bosan maka dia akan mendatangi *Coffee Shop* dengan tujuan menikmati kopi. Gaya hidup berkaitan dengan konsep diri dan masyarakat, karena seseorang

umumnya memiliki gaya hidup berdasarkan apa yang dilihat disekitarnya kemudian dicerminkan kepada dirinya (*looking-glass self*)

Masyarakat (*Society*)

1. Rekomendasi

Rekomendasi berkaitan dengan konsep masyarakat atau *society* dan diri atau *self* karena ketika seseorang melihat sesuatu yang disukainya ada pada orang yang dilihatnya maka dia akan meniru orang tersebut (*Reflected appraisals*). Seperti yang di sampaikan oleh informan berikut yang mencari rekomendasi tempat *Coffee Shop* yang dapat memenuhi kebutuhannya dalam rekreasi atau hiburan untuk melepas stres atau kesepiannya.

2. Prestige Sosial

Tidak seluruh orang yang mengunjungi *Coffee Shop* memiliki tujuan mendapatkan pengakuan bahwa mereka tersebut memiliki banyak uang, namun beberapa diantara mereka ke *Coffee Shop* hanya memiliki tujuan untuk nongkrong saja akan tetapi dianggap oleh orang lain sebagai orang kaya atau memiliki banyak uang. Hal ini berkaitan dengan konsep pikiran yang terdapat dalam teori interaksionisme simbolik karena seseorang menyimbolkan dirinya terhadap orang lain sebagaimana

yang dia inginkan, seperti seseorang akan bergaya yang rapi atau menggunakan perhiasan dengan tujuan dianggap kaya, bagi mereka yang ingin mendapatkan pujian tentunya dia membutuhkan aspek society karena pujian datangnya dari orang sekitar yang melihat.

Kesimpulan

1. faktor yang memotivasi remaja perempuan mengunjungi *Coffee Shop* terdiri dari faktor internal dan eksternal. Faktor internalnya adalah ketika dirinya merasa bosan, maka dia akan mencari hiburan seperti mengunjungi tempat-tempat tertentu salah satunya adalah *Coffee Shop* Kala Bumi. Faktor eksternalnya adalah seperti dorongan yang didapat dari luar misalnya ketika seorang individu tersebut melihat orang berfoto di *Coffee Shop* Kala Bumi dia akan tertarik untuk mengunjungi *Coffee Shop* tersebut jika menurutnya *Coffee Shop* itu bagus.
2. Saat ini *Coffee Shop* tidak lagi dimaknai hanya sebatas tempat ngopi, *Coffee Shop* pada saat ini sudah memiliki banyak fungsi yang dapat dijadikan tempat melakukan hal-hal positif bahkan negatif. Hal positif yang terdapat di *Coffee Shop* saat ini adalah mempermudah orang-orang khususnya pelajar dan mahasiswa dalam mengerjakan tugasnya karena *Coffee Shop* saat

ini umumnya sudah dilengkapi dengan wifi. Hal negatif yang terdapat di *Coffee Shop* disebabkan karena *Coffee Shop* merupakan area umum yang tidak memiliki peraturan seperti sekolah, sehingga banyak dijumpai remaja yang merokok

DAFTAR PUSTAKA

- Airlangga, Ir-perpustakaan Universitas, and M. Artabah Muchlisin. 2007. "Ir-Perpustakaan Universitas Airlangga." 12–31.
- Diananda, Amita. 2019. "Psikologi Remaja Dan Permasalahannya." *Journal ISTIGHNA* 1(1):116–33. doi: 10.33853/istighna.v1i1.20.
- Fatmawati, Noor. 2020. "Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop." *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial* 29(1):29–38. doi: 10.17509/jpis.v29i1.23722.
- Fauzi, Ahmad, I. Nengah Punia, and Gede Kamajaya. 2017. "Budaya Nongkrong Anak Muda Di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar)." *Jurnal Ilmiah Sosiologi (SOROT)* 3(5):1–3.
- Haryono, Tri Joko S. 1999. "Dampak Urbanisasi Terhadap Masyarakat Di Daerah Asal." *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik* 12(4):67–78.
- Herlyana, Elly. 2012. "Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda." *Thaqâfiyyât* 13(1):188–204.

- Komunikasi, Fakultas Ilmu, Dewasa Muda, D. I. Sixtynine, Coffee Pluit, and Mangi Vera Indika. 2019. "Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama) Fakultas Ilmu Komunikasi."
- Sidoarjo (Studi Kasus Pada Coffee Shop Sehari Sekopi Di Kawasan Sekitar Transmart Sidoarjo)."
- Nugroho, Ari Cahyo. 2021. "Teori Utama Sosiologi (Fungsionalisme Struktural, Teori Konflik, Interaksi Simbolik)." *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa* 2(2):185–94.
- Ompusunggu, Marthin Pangihutan, and Achmad Helmy Djawahir. 2014. "Gaya Hidup Dan Fenomena Perilaku Konsumen Pada Warung Kopi Di Malang." *JAM: Jurnal Aplikasi Manajemen* 12:188.
- Restika, Annisa. 2021. "Hubungan Antara Konformitas Dengan Harga Diri Pelanggan Coffee Shop Di Kota Bukittinggi." 4:23–27.
- Siena, Catherina, and Muhammad Adi Pribadi. 2020. "Interaksi Simbolik Dalam Sales Promotion Menciptakan Brand Loyalty (Studi Kasus Pengguna Kartu Starbucks Di Jakarta)." *Prologia* 4(1):201. doi: 10.24912/pr.v4i1.6476.
- Siregar, Nina Siti Salmaniah. 2016. "Kajian Tentang Interaksionisme Simbolik." *Perspektif* 1(2):100–110. doi: 10.31289/perspektif.v1i2.86.
- Utama, Topik. 2017. "Fenomena Coffee Shop Di Kalangan Konsumen Remaja." 137–44.
- Yulianti Rina. 2021. "Budaya Nongkorng Sebagai Gaya Hidup Para Perempuan Penikmat Kopi Di