



Fenomena Hangout Di Coffee Shop Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa (Studi Coffee Shop di Jalan Bangau Sakti Kelurahan Simpang Baru, Kota Pekanbaru)

Eprilia Ekklesia, Yusmar Yusuf

Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau,
Pekanbaru, Riau, Indonesia

Abstrak

Received: 20 Mei 2026
Revised: 29 Mei 2026
Accepted: 11 Juni 2026

The increasing number of coffee shops in the Bangau Sakti area of Pekanbaru reflects a shift in student lifestyles impacted by globalization, modernization, and the need for more flexible social and academic spaces. This study aims to understand student behavior when relaxing in coffee shops, the factors that influence their choice of coffee shops as gathering places, and the reasons behind the development of this activity into a lifestyle. Using qualitative methods and a phenomenological approach, data were obtained through observation, in-depth interviews with seven students and one key informant, and documentation. The research findings indicate that coffee shops function as places for students to engage in social activities, study, and relax. The most important driving factors are the comfort of the facilities, ongoing trends in society, the need for social networks, and the symbolic meanings formed through interactions, in accordance with the concept of mind, self, and society in symbolic interaction theory. In conclusion, relaxing in coffee shops is not only a recreational activity, but has also transformed into part of students' identity and lifestyle. The implication is that coffee shops function as new social spaces that influence the way students interact, consume patterns, and the dynamics of student life.

Kata Kunci: *Coffee Shop, Student, Lifestyle.*

(*) Corresponding Author: eprilia.eklesia3355@student.unri.ac.id
yusmar.yusuf@lecturer.unri.ac.id

How to Cite: Ekklesia, E., & Yusuf, Y. (2026). Fenomena Hangout Di Coffee Shop Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 12(6.B), 298-309. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/14468>

PENDAHULUAN

Perubahan yang terjadi akibat adanya globalisasi dan modernisasi serta kebutuhan masyarakat yang semakin berkembang menjadikan kebutuhan primer masyarakat tidak cukup hanya sandang, papan, dan pangan, namun kebutuhan sekunder dan tersier seakan berkembang menjadi kebutuhan primer. Berkembangnya tuntutan pendidikan perguruan tinggi yang semakin kompleks, sehingga mahasiswa tidak hanya dihadapkan pada satu fokus kegiatan, namun juga harus mencari kesempatan sebagai sarana pengembangan diri yang kemudian menuntut mahasiswa untuk dapat melakukan berbagai kegiatan. Hal ini tidak jarang akan menimbulkan kejenuhan terhadap rutinitas keseharian mereka yang kemudian menjadikan hiburan sebagai salah satu kebutuhan mereka, dimana hiburan ini dapat dilakukan dengan kegiatan nongkrong.

Semakin banyaknya kebutuhan hidup manusia, semakin menuntut pula terjadinya peningkatan gaya hidup (lifestyle). Gaya hidup (lifestyle) merupakan bagaimana seorang menghabiskan waktunya, untuk apa yang penting pertimbangkan pada minat dan lingkungannya, dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan lingkungan sekitar. Pola hidup yang dianggap mengkhawatirkan adalah pola hidup konsumtif yang meninggalkan pola hidup produktif. Pola dan gaya hidup konsumtif memberikan kenikmatan dan kepuasan baik secara fisik maupun psikologi. Namun disadari atau tidak, gaya hidup konsumtif justru memiliki dampak kurang baik terhadap “kesehatan finansial”. Gaya hidup konsumtif dapat dikatakan sebagai pemborosan. Sementara pemborosan itu sendiri bisa dimaknai sebagai suatu perilaku yang berlebih - lebih melampaui apa yang dibutuhkan.

Coffee Shop saat ini merupakan tempat yang sedang digemari oleh para remaja karena pada dasarnya Coffee Shop selain menjual varian menu Coffee dan non Coffee juga menjual suasana di dalamnya misalnya desain interior sebagai konsep khas yang dipilih oleh Coffee Shop dan pemandangan di sekitar Coffee Shop. Coffee Shop juga berfungsi sebagai pusat interaksi sosial yang menyediakan tempat untuk bertemu dengan teman, berkumpul, membaca, atau me time. Trend Coffee Shop ini tentunya tidak terlepas dari adanya pengaruh gaya hidup di perkotaan, dimana Coffee Shop ini memberikan tempat yang menyenangkan bahkan fasilitas nyaman dan pelayanan yang ramah bagi para pengunjung terlebih pada kalangan remaja (Said, 2017).

Coffee Shop masih menjadi andalan bagi para mahasiswa khususnya di sekitaran kampus, jalan Bangau sakti, Kota Pekanbaru. Hal ini dapat dilihat dari fenomena menjamurnya Coffee Shop di Bangau sakti. Di Bangau Sakti eksistensi Coffe Shop mulai diperhitungkan bagi anak-anak muda khususnya mahasiswa. Umumnya, Coffee Shop di sini sebagai tempat bertatap muka, baik itu dengan keluarga, teman ataupun rekan bisnis. Tidak dipungkiri, pembuktian ini kian berpengaruh terhadap kehidupan anak-anak muda di Kota Pekanbaru ini seperti nongkrong dan Hangout. Kini orang pergi ke Coffee Shop tidak hanya untuk mencicipi makanan atau minuman khasnya, melainkan untuk nongkrong dan bersantai dengan kelompoknya. Tidak jarang kini di Kota Pekanbaru banyak terdapat Coffee Shop dengan konsep yang berbeda-beda.

Kota Pekanbaru Ibukota dari Provinsi Riau tidak ketinggalan dengan fenomena merebaknya Coffee Shop. Seiring berjalannya waktu Coffee Shop selalu bertambah dengan berbagai macam konsep yang berbeda dan menarik salah satunya yaitu di daerah kampus Universitas Riau. Maka dari itu dalam penelitian ini peneliti akan mengambil data Coffee Shop di sekitaran Kampus di Bangau Sakti yang berada di Jalur Pendidikan Universitas Riau yang biasa dikunjungi oleh mahasiswa.

Selain ramai dikunjungi mahasiswa kelebihan-kelebihan tersebut adalah desain interiornya yang unik dan menarik, tersedianya wifi yang cukup lancar, menu minuman dan makanan yang beraneka ragam dan rasanya yang enak-enak, harganya standar mahasiswa, pelayanannya yang ramah dan penyajiannya yang lumayan cepat, lokasinya yang strategis yang berada di sekitaran kampus dan kost, dan masih banyak kelebihan yang lainnya sehingga Coffee Shop tersebut cukup banyak di minati mahasiswa. Gaya hidup yang akan ditinjau oleh peneliti adalah

gaya hidup anak muda khususnya mahasiswa UNRI yang sering menghabiskan waktunya di Coffee Shop. Bagaimana perilaku mereka dalam pandangan sosiologi, lalu bagaimana cara mereka menghabiskan waktu yang cukup lama di dalam Coffee Shop, karena hampir setiap hari Coffee Shop di sekitaran Kampus selalu ramai di kunjungi oleh anak muda khususnya mahasiswa Universitas Riau.

Kegiatan nongkrong telah berkembang menjadi kebiasaan bagi sebagian besar mahasiswa di Pekanbaru, berkembangnya kegiatan nongkrong ini berkaitan dengan perkembangan gaya hidup yang dikonstruksi oleh masyarakat, yang menjadikan kegiatan nongkrong sebagai tren dalam masyarakat. Kegiatan nongkrong yang sebelumnya dimaknai sebagai kegiatan untuk sekedar berkumpul bersama teman, berbincang, sambil mengisi waktu luang kini berkembang menjadi suatu fenomena yang digandrungi oleh masyarakat, sehingga dapat dikatakan kegiatan nongkrong merupakan salah satu budaya populer dalam masyarakat yang pada saat ini berkembang menjadi gaya hidup mahasiswa Pekanbaru. Hal ini yang kemudian mengidentifikasi adanya pergeseran makna kegiatan nongkrong yang dilakukan mahasiswa di Pekanbaru yang kemudian akan dijadikan objek penelitian oleh peneliti, dimana pada penelitian ini difokuskan di Coffee Shop yang diartikan sebagai tempat makan modern yang berkembang pada masa ini. Pembahasan diatas menarik penulis untuk meriset pembahasan terkait permasalahan tentang **“Fenomena Hangout di Coffee Shop Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa (Studi Coffee Shop di Jalan Bangau Sakti Kelurahan Simpang Baru, Kota Pekanbaru)”**.

LANDASAN TEORI

Teori Interaksi Simbolik

Pemahaman teori interaksi simbolik diperlukan untuk memperoleh pemahaman interpretatif terhadap fenomena sosial yang ada. Ide dasar dari perspektif ini terkait dengan realitas sosial yang muncul melalui proses interaksi dan terkait erat dengan kapasitas manusia untuk menciptakan dan memanipulasi simbol. Pendekatan yang digunakan dalam interaksi simbolik ini cenderung berfokus pada negosiasi terbuka atas definisi situasi dalam artian 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 kematian George Herbert Mead yang menjadi acuan utama teori interaksi simbolik (Nugroho 2021). Dalam buku Mead yang berjudul *mind, self, dan society* menjabarkan tiga konsep penting dari Teori Interaksi Simbolik. Berikut merupakan penjelasannya berdasarkan pada buku West & Turner, 2008 dalam (Siena and Pribadi 2020) :

1. Pikiran (Mind)

Pikiran merupakan kemampuan untuk menggunakan simbol dan simbol itu mempunyai sebuah makna sosial yang sama dan pikiran manusia harus dikembangkan dengan berinteraksi kepada orang lain. Di dalam pikiran terdapat 3 unsur penting yaitu Significant Symbol, Thought dan Role Taking. Simbol-simbol yang bersifat verbal maupun nonverbal diatur untuk dapat mengekspresikan sebuah perasaan dan pemikiran agar dapat dimiliki bersama.

2. Diri (Self)

Diri (Self) didefinisikan sebagai kemampuan untuk merefleksikan 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)

Ada dua bagian penting masyarakat yang mempengaruhi pikiran dan diri. Menurut Mead orang lain secara khusus (Particular Others) yaitu individu-individu dalam masyarakat yang signifikan bagi kita, biasanya anggota keluarga, kolega di tempat kerja dan teman. Sementara itu, menurut Joel M Charon dalam Pribadi, Suganda, Venus, dan Susanto (2018), orang lain secara umum (Generalized Other) yaitu masyarakat dapat terbentuk karena setiap individu yang berada di dalam masyarakat itu sepakat untuk melaksanakan aturan dan nilai yang telah disepakati bersama.

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola perilaku dan kebiasaan seseorang atau kelompok dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, yang meliputi cara berpakaian, berkomunikasi, mengonsumsi, dan bersosialisasi. Menurut Kotler dan Keller (2016), gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan kepribadian, dan sikap individu atau kelompok tertentu. Dalam konteks mahasiswa, gaya hidup dapat berkaitan dengan tren atau kebiasaan yang populer di kalangan mereka, termasuk dalam hal bersosialisasi dan berkumpul. Dalam konteks mahasiswa yang Hangout di Coffee Shop, gaya hidup ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Aktivitas (Activities)

Aktivitas yang dilakukan mahasiswa di Coffee Shop bisa meliputi belajar, mengerjakan tugas, berdiskusi kelompok, bekerja sebagai freelancer, atau sekadar bersantai. Cerminan dari gaya hidup mahasiswa yang mungkin mengutamakan kenyamanan, efisiensi, dan lingkungan yang mendukung produktivitas.

2. Minat (Interests) :

Minat mahasiswa terhadap Coffee Shop mungkin berkaitan dengan suasana yang nyaman, desain interior yang menarik, atau menu kopi yang unik. Coffee Shop yang memiliki konsep tertentu bisa menarik mahasiswa yang memiliki minat khusus, seperti kopi premium, suasana retro, atau nuansa artistik.

3. Opini (Opinion) :

Opini mahasiswa tentang Coffee Shop juga bisa mencerminkan pandangan mereka terhadap tren sosial, seperti gaya hidup urban, atau kepedulian terhadap brand tertentu. Misalnya, mahasiswa yang sering Hangout di Coffee Shop yang

terkenal di media sosial mungkin ingin dilihat sebagai bagian dari komunitas yang trendi dan up-to-date.

Gaya hidup atau juga disebut Lifestyle adalah gambaran tingkah laku seseorang, pola atau cara hidup yang akan ditunjukkan bagaimana aktivitas seseorang, minat atau ketertarikan serta apa yang mereka akan pikirkan tentang diri mereka sendiri sehingga dapat membedakan statusnya dari orang lain maupun lingkungan melalui lambang-lambang sosial yang mereka miliki. Gaya hidup merupakan suatu bentuk dari saling interaksi antara manusia sehingga memicu suatu pola dalam kehidupan. Tidak ada salahnya memang menikmati hidup dengan senang-senang, mahasiswa saat ini yang ingin bersenang-senang tapi mengorbankan banyak hal yang mengakibatkan dampak negatif dari gaya hidupnya.

David Chaney menulis pada bukunya yaitu "Lifestyle" yang menjelaskan bahwasannya suatu gaya hidup merupakan segala bentuk apapun yang menjadi bagian kehidupan sosial pada keseharian di zaman modern. Ini juga merupakan bentuk pengkhususan status di zaman modern. Hal ini juga merupakan suatu pola tindakan pembeda antara setiap individu, selain itu gaya hidup mampu memahami alasan atas tindakan seseorang tersebut bahkan makna tindakan tersebut untuk dirinya dan orang lain ini juga dapat menjadi suatu identitasnya. Chaney berasumsi bahwa gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, dimana menurutnya siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain (Chaney, 1996). Gaya hidup merupakan adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Gaya hidup adalah cara manusia memberikan makna pada dunia kehidupannya, membutuhkan medium dan ruang untuk mengekspresikan makna tersebut, yaitu ruang bahasa dan benda-benda, yang di dalamnya citra mempunyai peran yang sangat sentral. Sedangkan Gaya hidup menurut Kotler adalah pola kehidupan orang yang bersangkutan di dunia ini sebagaimana tercermin dalam kegiatan (activity), minat (interest), pendapat (opinion).

Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Kotler juga berpendapat bahwa gaya hidup merupakan keseluruhan perilaku manusia dalam bersosialisasi dengan lingkungan sekitarnya. Kotler menambahkan bahwa seseorang yang berasal dari suatu subkultur, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama tetapi mungkin mempunyai gaya hidup yang berbeda-beda. Dari beberapa pendapat para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup merupakan hasil dari proses sosial atau interaksi manusia dengan manusia lainnya. Dimana gaya hidup juga berbicara tentang bagaimana seseorang menjalani pola hidupnya, lingkungan sekitar bisa jadi salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang sehingga dapat terciptanya suatu identitas individu yang tidak sama dengan individu lainnya.

METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif. Pendekatan yang penulis gunakan merupakan pendekatan secara fenomenologi, hasil dari penelitian ini akan penulis analisis dengan cara menganalisisnya dengan menggunakan teori-teori yang telah dipaparkan

sebelumnya sehingga akan diperoleh suatu kesimpulan dari permasalahan atas fenomena ini.

Lokasi penelitian adalah tempat penelitian itu sendiri dilaksanakan. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa yang sedang berkunjung atau sedang nongkrong di Coffee Shop yang berlokasi di sekitaran Jalan Bangau Sakti, Kelurahan Simpang Baru, Kota Pekanbaru. Yang merupakan lokasi Coffee Shop yang sering di kunjungi oleh mahasiswa yang berada di Jalan Bangau Sakti.

Subjek penelitian adalah benda, hal atau orang yang padanya melekat dan terkait dengan data dari objek penelitian (Ulber Silalahi, 2012:250). Untuk itu, subjek penelitian memiliki kedudukan sentral dalam penelitian karena data atau variable maupun masalah yang diteliti berada pada subjek penelitian. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teknik Purposive Sampling yang mana subjeknya dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti.

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan baik melalui observasi maupun melalui wawancara dengan pihak informan. Sumber penelitian primer diperoleh para peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Metode pengambilan data primer dilakukan dengan wawancara langsung terhadap Mahasiswa yang melakukan Hangout di Coffee Shop. Data sekunder yaitu data yang telah dikumpulkan dengan tujuan menyelesaikan masalah yang dihadapi. Data ini dapat dengan cepat berupa dokumen-dokumen maupun literatur - literatur dari buku, jurnal, situs internet. Pengumpulan data ini dilakukan dengan mengambil atau menggunakannya sebagian atau seluruhnya dari sekumpulan data yang telah dicatat maupun dilaporkan.

Menurut Bogdan dan Biklen (Moleong, 2006), analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang mengacu pada konsep Miles dan Huberman. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya jenuh.

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Coffee Shop di Bangau Sakti

Pekanbaru menjadi salah satu kota yang memiliki banyak tempat wisata. kekinian bahkan kota ini memiliki salah satu pesona pariwisata terbaik di tanah air, Beberapa tempat bisa dikunjungi para peloncong saat berlibur untuk menyegarkan kembali pikiran yang lelah akibat aktivitas setiap hari. Beberapa destinasi wisata yang wajib dikunjungi seperti wisata alam, wisata bahari, hingga kuliner. Bahkan kini ada tren terbaru yakni nongkrong di Coffee Shop beberapa tempat yang ada di kota ini. Tempat nongkrong di Pekanbaru biasanya menyuguhkan arsitektur yang penuh estetika agar menarik para pengunjung khususnya para muda-mudi di Pekanbaru untuk sekedar melepas penat maupun berkumpul bersama teman.

Ditengah gegap gempita kehidupan kota terdapat satu fenomena yang semakin menampakkan eksistensinya: mahasiswa yang menjadikan Coffee Shop sebagai ruang belajar alternatif. Pemandangan mahasiswa yang membuka laptop, mengenakan earphone, dan ditemani segelas kopi kekinian sudah menjadi hal yang lazim di berbagai sudut kota besar. Coffee Shop tidak lagi sekedar menjadi tempat bersantai, tetapi telah mengalami transformasi menjadi semacam “kampus kedua” bagi sebagian mahasiswa. Fenomena ini bukan hanya menggambarkan perubahan gaya hidup, tetapi juga menjadi cermin dari dinamika sosial.

Fenomena ini tidak muncul begitu saja. Ia berakar dari berbagai kondisi yang saling terkait, mulai dari keterbatasan ruang belajar di kampus, perkembangan teknologi digital, hingga gaya hidup kelas menengah yang bergeser. Coffee Shop menawarkan kenyamanan yang sulit ditemukan diruang kelas tradisional: suasana tenang namun hidup, desain interior yang estetik, akses WiFi yang lancar, serta suasana yang memberikan dorongan psikologis untuk tetap produktif. Semua elemen ini menjadikan Coffee Shop sebagai tempat yang ideal bagi mahasiswa untuk mengerjakan tugas, menyusun skripsi, hingga berdiskusi kelompok.

Wilayah kampus biasanya banyak mendirikan usaha Coffee Shop karena mahasiswa yang banyak memilih Coffee Shop sebagai ruang kedua untuk berkumpul bersama teman. Menjamurnya Coffee Shop menjadi tempat nongkrong favorit para mahasiswa. Tidak hanya sekedar tempat menikmati secangkir kopi, Coffee Shop telah menjelma menjadi ruang publik yang tidak terpisahkan dari gaya hidup generasi muda Pekanbaru, salah satunya mahasiswa universitas riau yang memilih Coffee Shop dijalan bangau sakti dikarenakan dekat dengan wilayah kampus.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Aktivitas Hangout Mahasiswa Di Coffee Shop

Dalam dekade terakhir, fenomena Hangout Coffee Shop telah membawa transformasi pada ruang sosial mahasiswa. Coffee Shop tidak hanya menjadi tempat menikmati kopi, tetapi juga ruang untuk belajar, berdiskusi, hingga membangun komunitas.

Aktivitas mahasiswa sangat menarik sekali untuk dibahas, karena mereka mempunyai banyak sekali aktivitas yang dilakukan. Banyak hal yang menjadi aktivitas mahasiswa mulai dari aktivitas kuliah maupun pekerjaan, tetapi di sela aktivitas tersebut anak muda memiliki waktu senggang yang dimanfaatkan untuk mengunjungi Coffee Shop. Selain itu Coffee Shop juga menjadi media untuk melakukan kegiatan komunikasi interpersonal antar mahasiswa, agar mereka bisa lebih santai dan lebih kreatif dalam mengungkapkan ide yang mereka usulkan. Hal tersebut membuat informan yakni pengunjung Coffee Shop memilih mengunjungi Coffee Shop untuk mengisi waktu senggang mereka.

Dalam suasana kampus yang sering dipenuhi dengan kegiatan akademis, penting bagi para mahasiswa untuk menjalin hubungan sosial dan membentuk persahabatan. Dengan mengikuti berbagai aktivitas sosial yang ada di kampus, mahasiswa dapat memperluas jaringan pertemanan mereka sambil menjaga keseimbangan hidup mereka. Berikut hasil dari lapangan, aktivitas sosial yang dilakukan mahasiswa di Coffee Shop yaitu:

Informan Pertama bernama Yohana. Berdasarkan penjelasannya yang aktif dengan kegiatan organisasi membuat ia mengunjungi coffee shop dengan tujuan membahas kegiatan sosial kampus. Ia punya banyak relasi pertemanan karena ia berasal dari pekanbaru. Ia masih berhubungan dengan teman-teman SMP dan SMA nya yang sering berkumpul sambil mengobrol di Coffee Shop. Semenjak kuliah ia jadi sering ke Coffee Shop dengan tujuan mengobrol dengan temannya. Ia mengenai aktivitas sosial yang dilakukan oleh subjek Yohana adalah berkumpul dengan teman sesama organisasi membahas tentang keperluan kelompok tersebut. Pemilihan Coffee Shop tergantung dengan siapa ia berkunjung, kalau dengan teman SMP dan SMA nya ia cenderung memilih mengunjungi Coffee Shop dengan desain yang unik dan barista yang ramah serta makanan dan minuman yang menarik. Hal ini berbeda dengan kelompok organisasi, dimana ia lebih memilih ruang tertutup, luas dan yang kondusif agar lebih memudahkan mengobrol dengan temannya tersebut. Tujuan utama ia adalah bersosialisasi dan berinteraksi dengan teman daripada aktivitas akademik.

Informan Kedua bernama Devi. Menurutnya, ia mengunjungi Coffee Shop ketika teman mengajak dan tidak terlalu sering berkumpul di Coffee Shop. Ia memikirkan biaya yang dikeluarkan ketika berkunjung ke Coffee Shop sehingga hanya di waktu weekend ia mengunjungi Coffee Shop. Hal yang dilakukan hanya mengobrol dengan teman jarang untuk bermain atau belajar, lebih fokus bercerita, menikmati kebersamaan dengan waktu paling lama dua jam, ia kurang suka lama-lama berinteraksi dengan temannya, lebih memilih melakukan kegiatan sendiri di kost.

Informan Ketiga bernama Novi, ia mengunjungi Coffee Shop ketika bersama-sama dengan temannya. Hal yang biasanya dilakukan bersama temannya di Coffee Shop yaitu mengobrol membahas mengenai tugas kampus, menceritakan kegiatan ataupun curhat mengenai persoalan pribadi. Novi juga merasa jika nongkrong di Coffee Shop lebih menambah mood, dikarenakan suasana nyaman di Coffee Shop tersebut. Berdasarkan pemaparan dari informan Novi menyatakan selain melakukan aktivitas sosial seperti mengobrol, ia juga mengerjakan tugas di Coffee Shop tetapi walaupun niat awalnya ingin mengerjakan tugas di Coffee Shop malah menjadi tidak terlaksanakan karena keasikan ataupun terbawa suasana mengobrol dengan temannya. Tetapi ia juga mengatakan jika mengerjakan tugasnya di Coffee Shop ia tidak pernah merasa terganggu maupun mempengaruhi konsentrasinya belajarnya.

Bagi peneliti Aktivitas yang dilakukan subjek Yohana, Devi, dan Novi merupakan Aktivitas Sosial. Dimana Aktivitas Sosial yang melibatkan interaksi antara mereka dengan temannya untuk membangun hubungan, berbagi pengalaman. Coffee Shop juga menjadi media untuk melakukan kegiatan komunikasi interpersonal antar mahasiswa, agar mereka bisa lebih santai.

Pendorong Mahasiswa Memilih Hangout di Coffee Shop

Dalam konteks gaya hidup mahasiswa di era digital dan urbanisasi, Hangout di Coffee Shop telah berkembang menjadi fenomena sosial yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat rekreasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan identitas dan interaksi sosial. Sub-bab ini membahas faktor pendorong yang mendorong mahasiswa untuk memilih Hangout di Coffee Shop sebagai bagian dari gaya hidup mereka. Pembahasan ini didasarkan pada pendekatan ilmiah yang

mengintegrasikan teori sosiologi dengan temuan empiris dari penelitian lapangan, guna memberikan pemahaman mendalam tentang perilaku mahasiswa. Fokus utama adalah mengidentifikasi faktor-faktor utama seperti, kenyamanan, tren sosial, kebutuhan sosial, yang diperoleh melalui data kualitatif dari observasi partisipan dan wawancara mendalam:

Dengan mementingkan fisik tempat yang indah, dan menarik, pelayanan yang baik, serta menenangkan. Mahasiswa saat ini lebih memilih tempat makan dan minum yang memiliki nilai, salah satunya Coffee Shop yang memiliki fisik tempat estetik, indah, dan instagramable serta menu yang bervariasi dengan sajian yang cantik. Fisik tempat yang dimaksud yaitu mulai dari lokasi Coffee Shop, suasana dan konsep, serta fasilitas yang Coffee Shop sediakan banyak menawarkan fasilitas yang dibutuhkan mahasiswa, seperti Wi-Fi cepat, banyak stopkontak, serta tempat duduk yang nyaman dan memadai untuk belajar. Fasilitas ini seringkali tidak tersedia di kos atau rumah. Berikut penjelasan subjek Ryan mengenai factor pendorong yang membuat mahasiswa memilih “Hangout” di Coffee Shop.

Coffee Shop menyediakan ruang yang mendukung kreativitas, konsentrasi, dan interaksi sosial. Namun di sisi lain, ada juga risiko gaya hidup konsumtif, tekanan sosial, dan kelelahan mental yang muncul jika tidak dikelola dengan baik. Mahasiswa perlu memiliki kesadaran dalam memanfaatkan Coffee Shop secara bijak menggunakannya sebagai ruang produktif, bukan sekadar mengikuti tren. Pengelolaan waktu, keuangan, serta keseimbangan antara kegiatan akademik dan personal menjadi kunci agar budaya ini memberikan manfaat maksimal tanpa mengorbankan aspek penting lainnya dalam kehidupan mahasiswa. Dengan pendekatan yang lebih mindful, Coffee Shop bisa menjadi salah satu elemen pendukung kesuksesan akademik dan pengembangan diri di era modern.

Mayoritas mahasiswa memilih Coffee Shop dengan suasana yang nyaman, bersih, sejuk, tidak begitu berisik, pencahayaan yang cukup, dan konsep ruangan yang estetik atau enak dipandang mata. Selain itu citra sebuah tempat sangat mempengaruhi seseorang untuk mengunjungi suatu tempat terutama tempat makan atau minum. Bagi kebanyakan orang Coffee Shop memiliki citra tempat yang lebih bergengsi dibandingkan dengan tempat ngopi atau nongkrong lainnya yang sering didatangi oleh mahasiswa seperti angkringan. Dengan tempat yang nyaman, interior kekinian, populer dan fasilitas yang lengkap akan menambah citra suatu tempat makan atau minum.

Informan Pertama bernama Ryan. Ia memilih Coffee Shop sebagai tempat Hangout karena fasilitasnya yang mendukung aktivitas bermain game dengan teman, termasuk WiFi gratis tanpa batas untuk koneksi internet yang lancar. Fasilitas lain yang disukai adalah parkir luas untuk membawa teman, ruang khusus merokok outdoor dengan angin malam yang nyaman, serta minuman kopi yang memberikan semangat saat bermain game. Secara keseluruhan, ini membuat Coffee Shop ideal untuk kumpul-kumpul produktif dan menyenangkan.

Informan Kedua bernama Elfia. Ia tertarik Hangout ke Coffee Shop terutama karena kenyamanannya untuk belajar dan mengerjakan tugas, dengan harga makanan yang terjangkau. Fasilitas seperti ruang khusus mahasiswa, AC, dan suasana santai membuatnya lebih fokus dan produktif dibandingkan di kos, rumah, atau perpustakaan, serta membantu menghilangkan kebosanan. Selain itu, Coffee Shop berfungsi sebagai tempat pelarian untuk melepas penat setelah kuliah,

dengan suasana tenang dan elemen hijau seperti pepohonan yang sejuk, memberikan kesan damai dan menyegarkan. Keseluruhan, ini menekankan manfaat Coffee Shop sebagai ruang multifungsi untuk produktivitas dan relaksasi.

Makna Hangout di Coffee Shop dalam Perspektif Interaksi Simbolik

Melalui pendekatan fenomenologi dan teori interaksi simbolik, pola konsumsi dan perilaku remaja di Coffee Shop menggambarkan bagaimana simbol-simbol seperti Coffee Shop, outfit, dan aktivitas sosial diberi makna oleh individu melalui interaksi dengan lingkungan mereka. Coffee Shop bukan hanya tempat untuk memenuhi kebutuhan konsumsi, tetapi juga ruang untuk mengekspresikan identitas dan posisi sosial dalam masyarakat modern yang semakin kompetitif.

Fenomena Hangout juga berperan besar dalam pola konsumsi ini, di mana remaja merasa terdorong untuk selalu mengikuti tren agar tidak tertinggal dan tetap mendapat validasi dari komunitas sosial mereka. Hal ini menggambarkan bagaimana gaya hidup konsumtif di Coffee Shop tidak hanya didorong oleh kebutuhan, tetapi juga oleh keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial dan memperkuat posisi mereka di dalam kelompok. Berdasarkan teori Interaksi Simbolik, Coffee Shop bukan hanya tempat nongkrong, tetapi juga simbol yang menunjukkan bahwa seseorang dapat menjadi bagian dari tren sosial. Tekanan sosial ini mendorong individu untuk mengunjungi Coffee Shop agar tidak dianggap ketinggalan zaman. Fenomena ini menggambarkan bagaimana makna sosial Coffee Shop terbentuk melalui interaksi di media sosial, yang membuat remaja merasa perlu mengunjungi tempat yang sedang viral untuk menjaga citra sosial mereka.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan analisis yang dilakukan oleh penulis melalui metode wawancara dan pengamatan langsung bersama subjek tentang “Fenomena Hangout di Coffee Shop sebagai gaya hidup Mahasiswa”. Maka penulis menarik Kesimpulan sebagai berikut;

1. Coffee Shop menjadi ruang public melakukan aktivitas yang sangat nyaman untuk sekedar santai, cari hiburan, atau refreshing dari semua kepenatan ataupun masalah, ruang kedua dalam melakukan aktivitas akademik dan tempat berlangsungnya interaksi sosial. Dari kacamata sosiologi hal tersebut di artikan sebagai simbol atau status dalam menggambarkan aktifitas dari dalam dirinya sebagai mahasiswa, dalam arti ini menonjolkan diri untuk masuk pada ranah status sosial mahasiswa untuk mengejar kesenangan pribadi, kepentingan akademik mahasiswa, serta pengembangan interaksi sosial.
2. Faktor yang mendorong mahasiswa Hangout di Coffee Shop tidak hanya untuk mencicipi kopi khas Coffee Shop itu sendiri, melainkan untuk sekedar nongkrong dan bersantai dengan kelompoknya. Cara mereka merefleksikan diri, dengan berkumpul bersama teman-teman, memilih makanan ataupun minuman yang disukai bercerita dari hal penting sampai batas saling bertukar pikiran, tidak sekedar itu remaja juga lebih cenderung memanfaatkan momen kebersamaan mereka dengan berfoto selfie bersama teman-temannya dengan interior Coffee Shop yang unik dan menarik, banyak hal yang mereka bisa lakukan di Coffee Shop, dengan fasilitas- fasilitas yang memanjakan pengunjung kafe seperti free

wifi, live music yang biasa di adakan tiap pekannya sehingga remaja lebih tertarik mengisi waktu luangnya berada di Coffee Shop.

3. Makna Coffee Shop terbentuk melalui interaksi sosial, baik langsung maupun melalui media sosial. Desain interior yang estetik, menu kopi yang unik, dan aktivitas seperti Work From Café (WFC) menjadi alat untuk menyampaikan citra diri yang ingin ditonjolkan. Melalui interaksi ini, mahasiswa tidak hanya menerima makna Coffee Shop, tetapi juga memodifikasinya sesuai dengan kebutuhan individu dan tren yang berkembang. Selain itu, kebutuhan untuk berinteraksi sosial juga menjadi alasan kuat Hangout di Coffee Shop menjadi bagian dari gaya hidup remaja. Suasana yang nyaman dan tenang memberikan kesempatan bagi individu untuk menjalin mempererat jejaring hubungan sosial.

Saran

Berdasarkan hasil temuan yang peneliti peroleh dari hasil lapangan dan hasil wawancara yang dilakukan, peneliti memberikan saran yaitu;

1. Para mahasiswa diharapkan memperhatikan keseimbangan dan prioritas dengan mengatur waktu dan keuangan, memprioritaskan studi dan tanggung jawab lainnya diatas sekedar Hangout. Mahasiswa harus mampu fokus pada pengembangan keterampilan hidup, bukan pada pencarian pengakuan publik semata.
2. Bagi masyarakat diharapkan hasil dari penelitian ini akan bermanfaat dan akan dikembangkan lebih lanjut oleh peneliti yang tertarik dengan gaya hidup dengan menjadikan penelitian ini lebih baik lagi serta untuk memberi informasi bahwa gaya hidup setiap individu di pengaruhi oleh lingkungan, tingkat ekonomi, interaksi sosial, dan sebagainya termasuk budaya Hangout dan gaya hidup mahasiswa di Coffee Shop bangau sakti ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, M., Harry, E., & Perusahaan, D. (2018). *Dinamika Perusahaan Periklanan Indonesia: Studi Kasus Komunikasi dan Budaya Organisasi Dwi Sapta IMC dan Fortune Indonesia*. *Dinamika Perusahaan Periklanan Indonesia: Studi Kasus Komunikasi Dan Budaya Organisasi Dwi Sapta IMC Dan Fortune Indonesia.*, 2018.
- Aulia, A. N. (2003). *Persepsi Pengunjung Liberica Coffee Shop Terhadap Coffee Shop Sebagai Gaya Hidup Masyarakat*. 4–16.
- Brawijaya, S. N.-U., & 2017, undefined. (n.d.). *Pemaknaan Aktivitas Nongkrong di Kafe sebagai Gaya Hidup Modern (Studi Fenomenologi terhadap Pengunjung Kafe di Kota Probolinggo)*. Repository.Ub.Ac.IdSS NafikUniversitas Brawijaya, 2017.
- Chaney, D. (1996). *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*.
- Estika, I., & Asriwandari, H. (2017). *Gaya Hidup Remaja Kota (Studi Tentang Pengunjung Kafe Di Pekanbaru)*. A. <https://www.neliti.com/publications/185256/gaya-hidup-remaja-kota-studi-tentang-pengunjung-kafe-di-pekanbaru>
- Husna, I., Ramadhani, S., & Ilhamy, M. L. (2023). *Analisis Fenomena Budaya Ngopi Sebagai Gaya Hidup Generasi Millennial (Studi Kasus pada Coffee Shop Pasco Bagan Batu Riau)*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 2(2). <https://doi.org/10.47233/jemb.v2i2.1105>

- Moleong, J. L. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja rosdakarya.
- Monanda, R. (Rizka), & Nurjanah, N. (Nurjanah). (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram @Awkarin terhadap Gaya Hidup Hedonis di Kalangan Followers Remaja. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 4(2), 1–12. <https://www.neliti.com/publications/183339/>
- Muawanah, I. (2019). Fenomena maraknya Coffee Shop sebagai gejala gaya hidup anak muda di kota metro (studi pada mahasiswa iain metro) (Doctoral dissertation, IAIN Metro).
- Muttafaqur Rohmah, Rizki Nurfida Pambayun, M. Iswahyudi, & Titis Sugiyantiningtyas. (2024). Ruang Sosial Milenial: Gaya Hidup Mahasiswa Ngo-Coffee Shop (Nongky) di Banyuwangi (Studi Kasus Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas 17 Agustus 1945 Banyuwangi). *Santhet (Jurnal Sejarah Pendidikan Dan Humaniora)*, 8(1), 894–900. <https://doi.org/10.36526/santhet.v8i1.3771>
- Oktaviani, K. (2018). Ngopi sebagai gaya hidup anak muda. 1–138. https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Oktaviani%2C+Ke+2018.+Ngopi+Sebagai+Gaya+Hidup+Anak+Muda.Universitas+Negeri+Jakarta.rta.+Skripsi.&btnG=
- Priyanti, W. G., Sulismadi, & Kumalasari, L. D. (2022). Gaya Hidup Nongkrong Mahasiswa di Malang (Studi Pengunjung Kedai Kopi or Traffic Sengkaling, Kabupaten Malang). *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 8(2), A.