

INTERAKSI SOSIAL DI WARKOP BAWAKARAENG87 TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA (STUDI DESKRIFTIF KONSUMEN WARKOP BAWAKARAENG87 PADA REMAJA DI KELURAHAN BALANGNIPA KECAMATAN SINJAI UTARA KABUPATEN SINJAI)



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan Pada Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar

Oleh:

**MUSYAFIR
NIM 10538313814**

16/09/2021
1 exp
Sumbangan Alumni
P/0133/SOS/21 CP
Mus
ii

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas nama **Musyafir, 10538313814** diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor: 363 Tahun 1443 H/2021 M, Sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar **Sarjana Pendidikan** pada Prodi Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar, Ujian dan Yudisium pada hari Sabtu, 31 Agustus 2021.

22 Muharram 1442 H

Makassar, -----

31 Agustus 2021 M

PANITIA UJIAN

Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M. Ag (.....)
Ketua : Erwin Akib, S.Pd., M.Pd., Ph.D (.....)
Sekretaris : Dr. Baharullah, M. Pd (.....)
Penguji
1 Dr. Nurlina Subair, M. Si (.....)
2 Dr. Hj. Rosleny Babo, M. Si (.....)
3 Dr. St. Haniah, M. Pd (.....)
4 Firdaus, S. Pd., M. Pd (.....)

Mengetahui

Dekan FKIP
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ketua Program Studi
Pendidikan Sosiologi


Erwin Akib, S.Pd., M.Pd., Ph.D.
NBM: 860 934


M. H. Nurdin, M. Pd.
NBM: 575 474

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Interaksi Sosial di Warkop Bawakaraeng87 Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja (Studi Deskriptif Konsumen Warkop Bawakaraeng87 Pada Remaja di Kelurahan Balangnipa Sinjai Utara Kabupaten Sinjai)

Nama : Musyafir

NIM : 10538313814

Prodi : Pendidikan Sosiologi

Fakultas : Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Setelah diteliti dan diperiksa ulang, skripsi ini telah memenuhi syarat untuk dipertanggungjawabkan di depan tim penguji skripsi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar.

22 Muharram 1442 H
Makassar, -----
31 Agustus 2021 M

Disahkan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Nurhina Subair, M. Si


Dr. Rosleny Babo, M. Si

Mengetahui:


Dekan FKIP
Universitas Muhammadiyah Makassar

Ketua Program Studi
Pendidikan Sosiologi


Erwin Akib, S. Pd., M. Pd., Ph. D.
NBM: 860 934



Drs. H. Nurdin, M. Pd.
NBM: 575 474



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini:

Nama : **Musyafir**
Nim : 10538313814
Jenjang : Strata Satu (S1)
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Judul : **Interaksi Sosial di Warkop Bawakaraeng⁸⁷ terhadap Perilaku Konsumtif Remaja (Studi Deskriptif Konsumen Warkop Bawakaraeng⁸⁷ pada Remaja di Kelurahan Balagnipa Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai)**

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi yang saya ajukan di depan tim penguji adalah hasil karya saya sendiri, bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapapun.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar

Makassar, Agustus 2021

Yang membuat Pernyataan,

MUSYAFIR
NIM. 10538313814



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
FAKULTAS KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN

SURAT PERJANJIAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini:

Nama : **Musyafir**
Nim : 10538313814
Jenjang : Strata Satu (S1)
Program Studi : Pendidikan Sosiologi
Judul : **Interaksi Sosial di Warkop Bawakaraeng87 terhadap Perilaku Konsuntif Remaja (Studi Deskriptif Konsumen Warkop Bawakaraeng87 pada Remaja di Kelurahan Balangnipa Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Unismuh Makassar atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Unismuh Makassar.

Demikian perjanjian ini saya buat.

Makassar, Agustus 2021

Yang membuat Perjanjian,

MUSYAFIR
NIM. 10538313814

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Tetaplah bergerak maju meskipun lambat
Karena dalam keadaan tetap bergerak,
Anda menciptakan kemajuan.
Adalah jauh lebih baik bergerak maju sekalipun pelan
Dari pada tidak bergerak sama sekali*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini bagian dari ibadahku kepada Allah ﷻ karena kepada-Nyalah kami menyembah dan kepada-Nyalah kami memohon pertolongan.

Dengan mengucapkan Syukur Alhamdulillah, kupersembahkan

Sebuah karya kecilku ini kepada:

Orang Tua tercintaku Ayahanda H. Muh Tahir dan Ibundaku HJ. Salbiah, Saudaraku, Keluarga Besarku, yang telah memanjatkan doa dan memberikan dukungan penuh selama kuliah.

Teman-teman seperjuangan Mahasiswa Pendidikan Sosiologi 14 F Almamater kebanggaanku Unismuh Makassar.

ABSTRAK

Musyafir. 2021. *Interaksi Sosial di Warkop Bawakaraeng⁸⁷ terhadap Perilaku Konsumtif Remaja.* Skripsi. Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar. Pembimbing I Nurlina Subair dan Pembimbing II Rosleny Babo.

Masalah utama dalam penelitian ini adalah pola perilaku remaja yang sering nongkrong di warkop, Serta melihat beberapa dampak pola perilaku remaja yang sering berkunjung di warkop. Mayoritas gaya hidup yang dilakukan oleh para remaja penikmat warung kopi menghabiskan waktunya dengan melakukan kegiatan bersama teman-temannya, yaitu mulai dari melakukan kegiatan mengkonsumsi kopi, dan bermain game online. Selain dari kegiatan tersebut, ada juga kegiatan menonjol lainnya yang dilakukan oleh beberapa remaja ini ingin bertemu, mengobrol, dan berkumpul dengan teman-temannya.

Tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui pola perilaku remaja yang berkunjung di warkop. Informan ditentukan secara *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, sedangkan teknik keabsahan data menggunakan triangulasi sumber, waktu dan teknik.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berbagai motivasi yang melatar belakangi kenapa para remaja berperilaku konsumtif. Selain untuk bercengkrama bersama teman-teman, dengan adanya wifi menjadikan warkop digemari bagi para remaja yang ingin mendapatkan internet gratis dan duduk berjam baik untuk mengerjakan tugas ataupun hal lainnya. Serta suasana serta konsep dari warkop yang menarik juga menjadi faktor banyak dikunjungi oleh para remaja.

Kata Kunci : *Pola Interaksi, Perilaku Konsumtif, Bawakaraeng⁸⁷.*

ABSTRACT

Musyafir. 2021. *Social Interaction in Warkop Bawakaraeng87 to Consumer Behavior of Adolescents.* Thesis. Sociology Education Study Program, Faculty of Teacher Training and Education University of Muhammadiyah Makassar Mentor I Nurlina Subair and Mentor II Rosleny Babo.

The main problem in this study is the pattern of behavior of adolescents who often hang out in the warkop, as well as looking at some of the impact of the behavior patterns of teenagers who often visit in the warkop. The majority of lifestyles carried out by coffee shop connoisseurs spend their time doing activities with their friends, ranging from doing coffee consuming activities, and playing online games. Aside from these activities, there are also other prominent activities carried out by some of these teenagers who want to meet, chat, and gather with their friends.

The purpose of this study was to find out the behavior patterns of teenagers who visited in warkop. Informants are determined *by purposive*. Data collection techniques are observation, in-depth interviews and documentation. Data analysis techniques are data collection, data reduction, data presentation and conclusion withdrawal, while data validity techniques use source triangulation, time and technique.

The results of this study show that the various motivations behind why remaja behave consumptively. In addition to chatting with friends, with wifi makes warkop popular for teenagers who want to get free internet and sit for hours either to do tasks or other things. As well as the atmosphere and concept of an interesting warkop is also a factor visited by many teenagers.

Keywords: *Interaction, Consumptive Behavior, Bawakaraeng87.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Allah maha penyayang dan pengasih, demikian kata untuk mewakili atas segala karunia dan nikmat-Nya. Jiwa ini takkan henti bertahmid atas anugerah pada detik waktu, denyut jantung, gerak langkah, serta rasa dan rasio pada-Mu, sang khalik. Proposal ini adalah setitik dari sederetan berkah-Mu.

Setiap orang dalam berkarya selalu mencari kesempurnaan, tetapi terkadang kesempurnaan itu terasa jauh dari kehidupan seseorang. Kesempurnaan bagaikan fatamorgana yang semakin dikejar semakin menghilang dari pandangan, bagai pelangi yang terlihat indah dari kejauhan, tetapi menghilang jika didekati. Demikian juga tulisan ini, kehendak hati ingin mencapai kesempurnaan, tetapi kapasitas penulis dalam keterbatasan. Segala daya dan upaya telah penulis kerahkan untuk membuat tulisan ini selesai dengan baik dan bermanfaat dalam dunia pendidikan, khususnya dalam ruang lingkup Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Makassar.

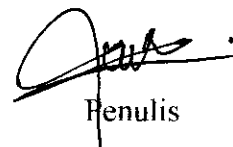
Motivasi dari berbagai berbagai pihak sangat membantu dalam perampungan tulisan ini. Segala rasa hormat, penulis mengucapkan terimah kasih kepada kedua orang tua H. M. Tahir dan Hj. Salbiah yang telah berjuang, berdoa, mengasuh, membesarkan, mendidik, dan membiayai penulis dalam proses menuntut ilmu. Demikian pula, penulis mengucapkan kepada para keluarga yang tak hentinya memberikan motivasi dan selalu menemaniku dengan candanya. Dan teruntuk kepada Dr. Nurlina Subair, M.Si dan Dr. Rosleny Babo, M.Si selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II yang telah benar-benar penulis rasakan penuh dedikasi memberikan arahan serta bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya penulis haturkan kepada; Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar, Erwin Akib, M.pd, Ph.D, Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan universitas Muhammadiyah Makassar, Drs. H. Nurdin, M.Pd, ketua program Studi Pendidikan sosiologi serta seluh dosen dan para staf pegawai dalam lingkungan fakultas keguruan dan ilmu pendidikan, Universitas Muhammadiyah Makassar yang telah membekali penulis dengan serangkaian ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Penulis juga mengucapkan terimah kasih kepada teman-teman seperjuangan Jurusan Pendidikan sosiologi khususnya kelas F angkatan 2014 yang telah menjadi teman baik selama proses di bangku perkuliahan hingga pada penyusunan peoposal, Sahabat dan rekan seperjuangan Abdul Rahmat, Ikhsar Hidayat, Masmur, Umrah Cahaya, A. Rosdiana Amir, Hijrah Pratiwi serta teman-teman lainnya yang tidak bisa penulis sebut satu persatu. Masa-masa kebersamaan baik suka maupun duka tak terlupakan oleh penulis.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak, karena penulis yakin bahwa suatu persoalan tidak akan berarti sama sekali tanpa adanya kritikan. Mudah-mudahan dapat member manfaat bagi para pembaca, terutama bagi diri pribadi penulis. Aamiin.

Makassar, Agustus 2021



Penulis

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING | iii |
| SURAT PERNYATAAN | iv |
| SURAT PERJANJIAN | v |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | vi |
| ABSTRAK | vii |
| KATA PENGANTAR | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah..... | 11 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 11 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 11 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 13 |
| A. Kajian Teori..... | 13 |
| 1. Penelitian Relevan..... | 13 |
| 2. Interaksi Sosial..... | 15 |
| 3. Warung Kopi..... | 23 |
| 4. Perilaku Konsuntif..... | 27 |

| | |
|--|-----------|
| 5. Anak Remaja..... | 29 |
| 6. Teori Sebagai Unit Analisis..... | 30 |
| B. Kerangka Konsep..... | 32 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 35 |
| A. Jenis Penelitian..... | 35 |
| B. Lokasi Penelitian..... | 36 |
| C. Informan Penelitian..... | 36 |
| D. Fokus Penelitian..... | 37 |
| E. Instrumen Penelitian..... | 38 |
| F. Jenis dan Sumber Data..... | 41 |
| G. Teknik Pengumpulan Data..... | 43 |
| H. Teknik Analisis Data..... | 44 |
| I. Teknik Keabsahan Data..... | 46 |
| BAB IV GAMBARAN LOKASI PENELITIAN | 48 |
| A. Gambaran Umum Kabupaten Sinjai..... | 48 |
| 1. Kondisi Geografis..... | 48 |
| 2. Kondisi Topografi..... | 49 |
| 3. Iklim..... | 50 |
| 4. Kependudukan..... | 51 |
| B. Gambaran Khusus Lokasi Penelitian..... | 51 |
| BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 53 |
| A. Hasil Penelitian..... | 53 |
| 1. Pola interaksi antar pelanggan di warung kopi | |

| | |
|--|-----------|
| Bawakaraeng87..... | 53 |
| 2. Yang melatar belakangi anak remaja berperilaku konsumtif di warkop Bawakaraeng87 | 59 |
| B. Pembahasan..... | 64 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN | 71 |
| A. Kesimpulan | 71 |
| B. Saran | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA | 73 |
| LAMPIRAN-LAMPIRAN | 75 |
| RIWAYAT HIDUP | |



DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 4.1 Profil warkop di jalan Bawakaraeng87 Sinjai | 52 |
|---|----|



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Bagan Kerangka Konsep..... 34



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan globalisasi pada abad 21 ini telah mengalami kemajuan yang pesat, hal ini terbukti dengan adanya globalisasi ekonomi, teknologi, informasi, politik, budaya, dan lain-lain yang dirasakan oleh masyarakat. Hal ini disebabkan karena semakin kompleksnya aktivitas manusia yang cenderung menuntut kepraktisan. Seiring dengan majunya zaman, kehidupan manusia ikut berubah segala sesuatunya menginginkan serba cepat atau instan. Termasuk dengan minuman kopi yang sudah mulai serba instan.

Kopi merupakan minuman kegemaran di hampir setiap negara di dunia termasuk Indonesia. Industri kopi di Indonesia dalam beberapa kurun tahun terakhir terus bergairah dengan semakin bertambah dan meningkat produksi kopi olahan yang dihasilkan oleh industri pengolahan kopi, semakin suburnya warkop di kota-kota besar. Produk- produk yang dihasilkan oleh industri kopi pada dasarnya adalah berupa kopi bubuk dan kopi instan.

Pertumbuhan produksi kopi olahan, terutama kopi bubuk terus menanjak. Produksi kopi bubuk saat ini diperkirakan telah mencapai 150.000 ton, sedangkan untuk kopi instan telah mencapai 20.000 ton. Data Biro Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa volume ekspor kopi soluble rata-rata dalam 5 tahun terakhir mencapai sekitar 15.000 ton per tahun sedangkan ekspor kopi bubuk mencapai 3.000 ton per tahun (aeki- aice.org). Sedangkan produksi kopi bubuk

pada 2008 telah mencapai 132,665 ton. Dalam enam tahun terakhir (2006-2012), pertumbuhan kopi mencapai rata-rata 5% per tahun (BPS 2012).

Strata Industri kopi dalam negeri sangat beragam, dimulai dari unit usaha berskala home industri hingga industri kopi berskala multinasional. Produk-produk yang dihasilkan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumsi kopi dalam negeri, namun juga untuk mengisi pasar di luar negeri. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumsi kopi di dalam negeri merupakan pasar yang menarik bagi kalangan pengusaha yang masih memberikan prospek dan peluang sekaligus menunjukkan adanya kondisi yang kondusif dalam berinvestasi dibidang industri kopi.

Peningkatan konsumsi kopi domestik Indonesia, selain didukung dengan pola sosial masyarakat dalam mengkonsumsi kopi, juga ditunjang dengan harga yang terjangkau, kepraktisan dalam penyajian sertakeragaman rasa/cita rasa yang sesuai dengan selera konsumen. Dengan meningkatnya taraf hidup dan pergeseran gaya hidup masyarakat perkotaan di Indonesia telah mendorong terjadinya pergeseran dalam pola konsumsi kopi khususnya pada kawula muda. Generasi muda pada umumnya lebih menyukai minum kopi instant, kopi *three in one* maupun minuman berbasis espresso yang disajikan di cafe. Sedangkan kopi tubruk (kopi bubuk) masih merupakan konsumsi utama masyarakat/penduduk di pedesaan dan golongan tua.

Budaya minum kopi saat ini merupakan suatu *trend* baru yang muncul diberbagai kalangan masyarakat. Meningkatnya permintaan akan kopi, memancing munculnya berbagai *brand*, warkop di kota-kota besar. Meskipun

banyak *brand* yang bemunculan namun pangsa pasar yang dituju berbeda-beda. Dalam hal ini budaya konsumsi kopi ini biasanya dilakukan masyarakat di *cafe* dan *coffee shop* di kota-kota besar, dan di kedai atau warung kopi pada masyarakat desa ataupun kota-kotakecil.

Budaya minum kopi awalnya itu minuman kopinya berwarna hitam pekat, rasanya pahit dan panas. Selain itu, karena tempatnya berupa sebuah warung yang suasana tempatnya juga panas dan penuh dengan orang-orang maka orang yang minum kopi merasakan panasnya. Namun bagi masyarakat Kabupaten Sinjai, mengunjungi warung kopi telah menjadi kebutuhan dan kebiasaan. Salah satu contohnya, yakni kebiasaan *ngopi* di warung kopi yang menjadi salah satu kebutuhan bagi sebagian masyarakat yang ingin mengisi waktuluan setelah menjalani rutinitas. *Ngopi* adalah istilah yang digunakan sebagian warga Indonesia saat sedang santai dan menikmati makanan ringan. Namun istilah *ngopi* ini juga bisa pada arti yang sebenarnya yaitu “minum secangkir kopi”. Serta adanya budaya *ngopi* dan menghias batang rokok dengan ampas/sisakopi sehingga menghasilkan rokok yang indah dipandang dan nikmat dihisap karena adanya perpaduan aroma kopi dan rokok.

Individu dan masyarakat sebagai elemen terpenting dalam pertumbuhan (ruang) kota, juga berupaya menempatkan pembentukkan citra yang kemudian timbul dalam interaksi di ruang-ruang kota tersebut. Ruang bagi individu dan masyarakat menjadi sangat dinamis. Ruang-ruang sosial bagi mereka merupakan hal yang menarik, tentang kondisi yang lebih diinginkan. Bukti bahwa individu baik secara perseorangan, atau individu di kelompok dalam berinteraksi

menghendaki adanya pergaulan dengan lingkungan dalam ruang (space) dan tempat (place) yang dapat dinikmati bersama, santai, egaliter. Alasan mengapa orang berkunjung dalam suatu warung kopi, atau taman kota, tempat rekreasi menunjukkan kebutuhan dan kehendak tersebut. Salah satu hal yang penting adalah perlunya seseorang untuk menghindarkan diri dari ketegangan-ketegangan yang diakibatkan oleh adanya rutinitas maupun ketidak rutinitasannya, kepenatan dan kepadatan. Dan mereka memerlukan sebuah ruang dan tempat untuk mewadahnya.

Sebagai sebuah ruang dan tempat, keberadaan warung kopi pada beberapa proporsi mampu mewadahi setiap interaksi. Telah menjadi tempat interaksi sosial dan perputaran arus informasi. Di warung kopi (cafe) setiap orang yang datang bebas membicarakan berbagai hal. Apapun, tanpa pretensi, tanpa sekat, tanpa pembatasan. Dari hal yang remeh-temeh sama sekali tidak penting, sampai hal-hal yang pelik. Obrolan politik dari tingkat RT hingga tingkat PBB dapat dibahas. Kegiatan ekonomi dari seribu rupiah hingga bermilyar rupiah ditransaksikan, obrolan tentang pendidikan, sosial, budaya dan lainnya menjadi topik yang dapat didiskusikan dengan hangat. Warung kopi menjadi wahana antar-anggota masyarakat menyampaikan pesan, informasi dan artikulasi.

Kita dapat memulainya dalam nilai sosial. Seseorang mestinya selalu mengikuti berbagai aturan hukum sosial yang sudah ada. Seorang individu sebagai makhluk sosial tidak akan dapat terlepas dari fakta sosial yang terkait dengan struktur sosial (social institution) dan pranata sosial (social institution).

Di dalam melakukan interaksi sosial, Cabin & Dortier mengklasifikasinya dalam empat macam jenis interaksi, yakni Komensialisme, Parasialisme, Mutualisme, dan Sosiality. Dari keempat jenis interaksi sosial ini, interaksi yang ada di warung kopi masuk dalam kategori Mutualisme dan Sosiality.

Mutualisme adalah interaksi sosial yang saling menguntungkan bagi dua belah pihak. Dalam kegiatan, interaksi di warung kopi semua pihak mendapat keuntungan sesuai dengan peran dan tujuan masing-masing. Pemilik warung mendapat keuntungan dari minuman kopi dan lainnya yang dijual. Pelanggan (pengunjung) mendapat kepuasan menikmati minuman kopi. Sesama pengunjung juga bisa saling berinteraksi, bertukar pendapat, informasi maupun sekedar ngobrol yang membuat masing-masing individu merasa sama-sama senang dan enjoy.

Sedangkan Sosiality adalah interaksi sosial yang bersifat kemasyarakatan, bentuk interaksi sosial yang bersumber dari masyarakat yang ada dan berpengaruh pada masyarakat itu sendiri. Minum kopi di warung kopi tercipta dari kesenangan (hobi) masyarakat khususnya para pengopi sebagai subyek pelaku. Para pengunjung warung kopi sebagai individu tidak bisa dilepaskan dari situasi warung dimana ia berada. Berkumpulnya beberapa pengunjung dalam satu tempat yang melakukan hal yang sama (ngopi) menjadikan tercipta situasi minum kopi di warung kopi.

Fenomena, aktivitas dan interaksi yang ada dan berkembang, selanjutnya membentuk kelompok kebersamaan dalam satu tempat tersebut. Situasi kebersamaan yang dihadapi para pengopi akan tumbuh dan mengarahkan tingkah

laku secara spontan. Kelompok kebersamaan dalam Fenomena, aktivitas dan interaksi ini memiliki ciri-ciri: bertanggung jawab dalam waktu yang relatif pendek, para pesertanya berhubungan secara fisik, kurang ada aturan yang terorganisir, interaksinya bersifat spontan, dan adanya kesamaan pandangan-hobby, minat-kebutuhan tertentu.

Bahkan lebih lanjut di beberapa warung kopi tertentu memiliki pula segmen-segmen atau pelanggan khas. Walau tidak ada keharusan atau ukuran akan hal itu. Misalnya : warung kopi yang sering dikunjungi politikus, kelompok entrepreneurship, makelar, aktivis kampus, penggila bola dll. Gans mengatakan bahwa “faktor penting dalam pembentukkan gaya hidup bukanlah lokasi di mana orang hidup, melainkan kelas dan tempat sosial mereka dalam siklus kehidupan keluarga”. Argumen ini lebih dekat dengan pandangan mereka yang melihat bahwa bahwa materialisme menjadi elemen terpenting dari perkembangan dan menjadi unsur yang beriringan.

Fenomena, aktivitas dan interaksi di warung kopi memiliki pemahaman yang unik, keyakinan yang berbeda dan perilaku yang terkesan bebas nilai. Ini jelas kontradiktif dengan realitas sosial yang biasa terjadi di dalam struktur masyarakat umum dengan balutan dengan nilai-nilai yang normatif, baik nilai sosial, nilai budaya ataupun nilai religius.

Dari sisi lainnya lagi, warung kopi merupakan formasi keprihatinan sosial ketika zaman terus berubah tanpa kendali. Ia menjadipenting dan sangat instrumental dalam memancing kesadaran sosial, unsur-unsur kelemahan dan kekuatan hadir bersama-sama dalamnya. Karenanya komunitas warung kopi, jika

kemudian kita mau menyebutnya demikian akan menjadi semacam penjelmaan dari kenyataan eksistensial, bahwa manusia merupakan makhluk sosial yang senantiasa berada dalam kebersamaan dengan manusia lain ataupun dengan dirinya sendiri.

Dalam hal ini yang juga timbul beriringan secara langsung maupun tidak langsung setelahnya adalah lahirnya estetika modernisme dan kebebasan dari kontrol-kontrol tradisi. Kebebasan dari fakta sosial, struktur sosial (social institution) dan pranata sosial (social institution). Pendek kata fenomena warung kopi ini, bisa dipandang sebagai produk budaya sekaligus simbol modernitas dalam proporsi global.

Sub-kultur minum kopi di warung kopi terbentuk dari orang kemudian sekelompok orang yang mempunyai kebiasaan meminum kopi dan banyak beraktivitas di warung kopi (tertentu). Dari sini fenomena, aktivitas dan interaksi yang kemudian terjadi bukanlah sesuatu yang tidak tersengaja melainkan telah di konstruksi. Dari obrolan, celotehan dengan gaya akrab dan cara seenaknya. Untuk menyatakan soal-soal keseharian dengan berbagai tema. Sampai pada (seolah) obrolan berat dan tingkat tinggi.

Obrolan, celotehan dilakukan berulang, kemudian menjadi perbincangan yang lebih luas, diperdebatkan bahkan ditransformasikan. Kita tak jarang mendengar begitu banyak ide-ide kreatif bersumber dari warung kopi. Bahkan banyak deal-deal bisnis, kebijakan politik yang berasal, dibicarakan dan disepakati di sebuah tempat bernama warung kopi.

Fenomena, aktivitas dan interaksi sosial di warung kopi seperti inilah yang seolah menjadikannya sebuah refleksi mengenai kekeluargaan di tengah keadaan di masyarakat lebih umum, yang penuh dengan berbagai ketimpangan dan krisis: sosial, ekonomi, politik, budaya bahkan agama. Interaksi-interaksi di dalamnya merupakan upaya untuk memenangkan ruang kultural dalam melawan konstruksi sosial yang besar dan telah mapan. Bahkan terhadap kebudayaan dominan. Atau apapun itu, warung kopi dengan segala fenomena, aktivitas dan interaksi yang ada didalamnya akan selalu ditahbiskan sebagai Ruang Sosial. Jika pun tidak dapat digeneralisir secara umum, setidaknya menjadi salah satu bagian dalam bagian besar itu

Kopi pada dasarnya merupakan sesuatu yang menarik untuk dibicarakan, karena kopi merupakan salah satu komoditi terlaris saat ini, yang selalu diburu, dan digandrungi oleh para peminum kopi dimanapun ia berada. Kopi dikenal sebagai minuman yang sangat khas baik dari aroma maupun rasa yang dihasilkan. Kenikmatannya saat ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup sekaligus penghubung dalam berkomunikasi. Apabila kita berbicara mengenai kopi, maka tidak terlepas dengan tempat yang menawarkan atau menjual aneka minuman kopi yaitu warung kopi.

Warung kopi merupakan sebuah tempat yang tidak harus besar namun menawarkan banyak hal disana. Siapa yang menyangka keberadaan sebuah warung kopi menjadi sarana bertemunya banyak orang yang awalnya tidak kenal menjadi kenal. Warung-warung kopi sering terlihat di pinggir-pinggir jalan raya, dan memiliki ciri khas masing-masing dilihat dari segi strategis lokasi warung

kopi. Sebenarnya tidak hanya beraneka macam kopi yang ditawarkan di sebuah warung kopi, namun ada juga minuman instan, makanan ringan dan makanan berat. Biasanya makanan- makanan tersebut merupakan titipan dari orang lain untuk dijualkan disana. Warung kopi mulai buka saat semua orang memulai aktivitasnya, di Kabupaten Sinjai bahkan ada warung kopi yang buka selama 24 jam, atau hanya buka pada waktu malam hari untuk melayani pelanggannya yang mempunyai pekerjaan di malam hari.

Peminum kopi dulunya itu orang-orang tua yang bisa membuat mereka merasakan dan menikmati panasnya setelah minum kopi. Menurut *National Coffee Association United States* tahun 2011, terdapat peningkatan konsumsi kopi harian pada remaja usia 18-24 tahun. Sekarang warung kopi memunculkan suasana yang nyaman dan sederhana hal ini disukai oleh para remaja dikarenakan suasana dan lokasi yang nyaman. Maka dari itu peminum warung kopi bukan hanya para orang-orang tua saja, tetapi para remaja mulai ikut serta dalam menjamahi kenikamatan warung kopi yang dulunya hanya dirasakan oleh para orang-orangtua.

Kab. Sinjai sebagai bagian dari Provinsi Sulawesi selatan menjadi salah satu daerah yang terkena dampak menjamurnya warkop. Yang oleh masyarakat tidak sekedar dijadikan sebagai tempat untuk menikmati kopi, tetapi dimanfaatkan sebagai ruang negosiasi sosial. Bahkan pertemuan-pertemuan yang bersifat formal maupun nonformal tak jarang dilakukan di sana. Topik pembicaraanpun sangatlah beragam, mulai dari hal-hal sepele hingga persoalan-persoalan serius.

Mayoritas remaja Sinjai melakukan kegiatan *ngopi* di warung kopi favorit mereka setiap hari, hal ini sama juga yang di lakukan remaja oleh para remaja di Kecamatan Plaosan. Sebagai contohnya adalah para pelajar SMA, mereka sepulang sekolah mampir dulu ke warung kopi favorit mereka bersama teman-temannya. Ada juga pelajar yang pergi ke warung kopi pada saat waktu istirahat pelajaran guna sembari meminum kopi dan menikmati sebatang rokok. Selain para remaja pelajar, ada juga remaja lainnya yang *ngopi* seperti halnya makan ataupun minum obat, yaitu satu hari tiga kali. Biasaya tiperemaja yang seperti ini adalah remaja yang sudah tidak bersekolah dan sudah bekerja. Dia *ngopi* pada waktu istirahat kerja sembari mengisi perut. Karena ada anggapan kalau habis makan paling enak adalah merokok. Ada juga remaja yang rela *ngopi* ketempat yang jauh dari rumahnya. Padahal didekat rumahnya ada warung kopi juga. Dan ada juga rela *ngopi* jauh-jauh hanya untuk dapat merokok. Kebiasaan *ngopi* para remaja di Sinjai memang sangat erat dengan kebiasaan merokok. Budaya *ngopi* sambil merokok sudah menjadi kegiatan sehari-hari masyarakat Sinjai, tak tidak heran kalau remaja ini berperilaku seperti itu.

Memang pada saat ini warung kopi sudah mengalami pergeseran makna, yang mana mengunjungi warung kopi bukan hanya sebagai tempat sebagian orang melakukan aktivitas konsumsi akan tetapi mengunjungi warung kopi juga sudah menjadi salah satu gaya hidup bagi sebagian remaja saat ini. Maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian mengenai perilaku konsumtif remajadi warung kopi.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelutih tertarik untuk mengangkat dan menganalisis permasalahan tersebut dalam bentuk proposal

dengan judul “**Interaksi Sosial di Warkop Bawakaraeng⁸⁷ terhadap Perilaku Konsumtif Remaja (Studi Deskriptif Konsumen Warkop Bawakaraeng 87 pada Remaja di Kelurahan Balangnipa Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai)**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagamaiana pola interaksi antar pelanggan di warkop Bawakaraeng 87 di Kabupaten Sinjai?
2. Apa yang melatar belakangi anak remaja berperilaku konsumtif di warkop Bawakaraeng 87?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mendeskripsikan pola interaksi antar pelanggan di warkop Bawakaraeng 87.
2. Untuk mengetahui penyebab yang melatarbelakangi anak remaja berperilaku konsumtif di warkop Bawakaraeng 87.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan pada tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, maka manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah agar dapat dijadikan referensi praktis untuk semua masyarakat khususnya dikalangan remaja tentang perilaku konsumtif.

2. Manfaat Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah agar dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan sosial khususnya Sosiologi. Sisi Teoritis ini pun bermanfaat untuk mengembangkan ilmu Sosiologi khususnya bagi

individu dan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan dalam permasalahan-permasalahan sosial pada masyarakat yang erat dengan gaya hidup dan status sosial.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Penelitian Relevan

Penelitian ini mengenai fenomena keberadaan cafe di beberapa kota besar tanah air menarik beberapa peneliti untuk mengkajinya melalui berbagai aspek. Meskipun beberapa peneliti sebelumnya lebih memfokuskan seputar ajang promosi dan deskripsi dasar seputar eksistensi cafe dan strategi pemasarannya. Penulis mendapati beberapa penelitian yang relevan tentunya dengan pembahasan yang hendak diteliti.

Herlyana (2012) dengan penelitiannya berjudul Fenomena Coffee Shop sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda mengatakan bahwa sebagian anak muda menyukai gaya hidup yang cenderung berorientasi pada nilai kebendaan dan prestise. Hal ini dilihat melalui munculnya coffee shop yang berawal dari tren meminum kopi berjenis latte dan cappucino berpengaruh pada gaya hidup anak muda yang bermula dari berubahnya lokasi ngopi.

Bagaimana perubahan desain tempat, sajian kopi yang modern, dan tentunya menarik perhatian beberapa kalangan mempengaruhi kehidupan kaum muda. Adapun kesamaan dalam penelitian ini berfokus pada seputar pengalaman anak muda dan indikasi gaya hidup yang

dilakukan. Namun, penelitian ini lebih menekankan pada keterkaitan minat anak-anak muda mengunjungi café.

Penelitian serupa dilakukan Salendra (2014) berjudul *Coffee Shop as a Media for Self-Actualization Today's Youth* berupaya memperlihatkan bahwa media aktualisasi diri remaja saat ini adalah budaya nongkrong di cafe atau kedai kopi. Bentuk aktualisasi diri remaja yang dilakukan saat berada di cafe atau kedai kopi dapat berupa macam-macam hal, salah satunya dengan mengupdate status atau foto di berbagai media sosial mereka sehingga akan diketahui oleh banyak orang.

Pengakuan atas diri yang eksis pada remaja didapat melalui bentuk penyesuaian tren yang ada, seperti budaya nongkrong di cafe atau kedai kopi. Kesamaan dalam penelitian ini terletak pada fokus perilaku remaja (nongkrong) yang tren dilakukan di cafe atau kedai kopi sebagai salah satu alternatif pilihan media aktualisasi diri pada anak muda.

Berikutnya, penelitian Dimiyati (2009) dengan judul komunitas Cafe sebagai Gaya Hidup (Studi Tentang Motif Mahasiswa dan Konstruksi Kuliner Cafe di Yogyakarta) menyimpulkan bahwa gerai-gerai cafe yang ada di Yogyakarta dapat membentuk suatu komunitas cafe, yang mana di dalamnya setiap mahasiswa dapat mengekspresikan bentuk kehidupannya, baik melalui konstruksi cafe sebagai suatu objek yang menarik dan diminati hingga menjadi sebuah gaya hidup.

2. Interaksi Sosial

a) Pengertian Interaksi Sosial

Bonner (dalam Ahmadi, 2007:49) merumuskan bahwa interaksi sosial adalah suatu hubungan antara individu atau lebih, dimana kelakuan individu yang satu mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki kelakuan individu yang lain atau sebaliknya.

Newcomb (dalam Santoso, 2010:163) mengatakan interaksi sosial adalah peristiwa yang kompleks, termasuk tingkah laku yang berupa rangsangan dan reaksi keduanya, dan yang mungkin mempunyai satu arti sebagai rangsangan dan yang lain sebagai reaksi.

Grath (dalam Santoso, 2010:163) mengemukakan interaksi sosial adalah suatu proses yang berhubungan dengan keseluruhan tingkah laku anggota-anggota kelompok kegiatan dalam hubungan dengan yang lain dan dalam hubungan dengan aspek-aspek keadaan lingkungan, selama kelompok tersebut dalam kegiatan

Thibaut dan Kelley (dalam Ali, 2004:87) mendefinisikan Interaksisosial sebagai peristiwa saling mempengaruhi satu sama lain ketika dua orang atau lebih hadir bersama, mereka menciptakan suatu hasil satu sam lain atau berkomunikasi satu sama lain.

Sutherland (dalam Santoso, 2010:164) menyatakan bahwa, interaksi sosial adalah suatu hubungan yang mempunyai pengaruh

secara dinamis antara individu dengan individu dan antara individu dengan kelompok dalam situasi sosial.

Bonner (dalam Gerungan, 2004:62) interaksi sosial merupakan suatu hubungan antara dua orang atau lebih individu, dimana kelakuan individu mempengaruhi, mengubah atau mempengaruhi individu lain atau sebaliknya.

Berdasarkan beberapa uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa interaksi sosial adalah hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki perilaku yang berlangsung antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok.

b) Aspek-Aspek Interaksi Sosial

George C. Homans (dalam Slamet Santoso 2010:184-185) mengemukakan aspek dalam proses interaksi sosial adalah :

1. Motif/tujuan yang sama. Suatu kelompok tidak terbentuk secara spontan, tetapi kelompok terbentuk atas dasar motif/tujuan yang sama.
2. Suasana emosional yang sama. Jalan kehidupan kelompok, setiap anggota mempunyai emosional yang sama. Motif/tujuan dan suasana emosional yang sama dalam suatu kelompok disebut sentiment.
3. Ada aksi interaksi. Tiap-tiap anggota kelompok saling mengadakan hubungan yang disebut interaksi, membantu,

atau kerjasama. Dalam mengadakan interaksi, setiap anggota melakukan tingkahlaku yang disebut dengan aksi.

4. Proses segitiga dalam interaksi sosial (aksi, interaksi dan sentimen) kemudian menciptakan bentuk piramida dimana pimpinan kelompok dipilih secara spontan dan wajar serta pimpinan menempati puncak piramida tersebut.
5. Dipandang dari sudut totalitas, setiap anggota berada dalam proses penyesuaian diri dengan lingkungan secara terus-menerus.
6. Hasil penyesuaian diri tiap-tiap anggota kelompok terhadap lingkungannya tanpa tingkah laku anggota kelompok yang seragam.

c) Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Interaksi Sosial

Interaksi sosial secara umum dapat dipengaruhi oleh perkembangan konsep diri dalam seseorang, terkhusus lagi dalam hal individu memandang positif atau negatif terhadap dirinya, sehingga ada yang menjadi pemalu atau sebaliknya dan akibatnya kepada masalah hubungan interaksinya. Menurut Monks dkk (2002) ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi interaksi sosial yaitu :

1) Jenis kelamin

Kecenderungan laki-laki untuk berinteraksi dengan teman sebaya/sejawat lebih besar daripada perempuan.

2) Kepribadian ekstrovert

Orang-orang ekstrovert lebih komformitas daripada introvert.

3) Besar kelompok

Pengaruh kelompok menjadi makin besar bila besarnya kelompok semakin bertambah.

4) Keinginan untuk mempunyai status

Adanya dorongan untuk memiliki status inilah yang menyebabkan seseorang berinteraksi dengan sejawatnya, individu akan menemukan kekuatan dalam mempertahankan dirinya di dalam perebutan tempat atau status terlebih di dalam suatu pekerjaan.

5) Interaksi orang tua

Suasana rumah yang tidak menyenangkan dan tekanan dari orang tua menjadi dorongan individu dalam berinteraksi dengan teman sejawatnya.

6) Pendidikan

Pendidikan yang tinggi adalah salah satu faktor dalam mendorong individu untuk interaksi, karena orang yang berpendidikan tinggi mempunyai wawasan pengetahuan yang luas, yang mendukung dalam pergaulannya.

Menurut Gerungan (2006), faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya interaksi sosial yaitu :

1) Imitasi, mempunyai peran yang penting dalam proses interaksi.

Salah satu segi positif dari imitasi adalah dapat mendorong seseorang untuk mematuhi kaidah dan nilai-nilai yang berlaku.

Tetapi imitasi juga dapat menyebabkan hal-hal negatif, misalnya yang ditirunya adalah tindakan-tindakan yang menyimpang dan mematikan daya kreasi seseorang.

- 2) Sugesti, hal ini terjadi apabila individu memberikan suatu pandangan atau sikap yang berasal dari dirinya yang kemudian diterima pihak lain. Berlangsungnya sugesti bisa terjadi pada pihak penerima yang sedang dalam keadaan labil emosinya sehingga menghambat daya pikirnya secara rasional. Biasanya orang yang memberi sugesti orang yang berwibawa atau mungkin yang sifatnya otoriter.
- 3) Identifikasi, sifatnya lebih mendalam karena kepribadian individu dapat terbentuk atas dasar proses identifikasi. Proses ini dapat berlangsung dengan sendirinya ataupun disengaja sebab individu memerlukan tipe-tipe ideal tertentu di dalam proses kehidupannya.
- 4) Simpati, merupakan suatu proses dimana individu merasa tertarik pada pihak lain. Didalam proses ini perasaan individu memegang peranan penting walaupun dorongan utama pada simpati adalah keinginan untuk kerjasama.

Berdasarkan pernyataan di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi interaksi sosial yaitu intensitas bertemu dengan orang lain, jenis kelamin, kepribadian ekstrovert, besar kelompok, keinginan untuk memperoleh status, interaksi dengan orang tua, pendidikan, imitasi, sugesti, identifikasi dan simpati.

d) Bentuk-Bentuk Interaksi Sosial

Interaksi sosial yang terjadi antara orang perorangan atau orang dengan kelompok mempunyai hubungan timbal balik dan dapat tercipta oleh adanya kontak sosial dan komunikasi yang menimbulkan berbagai bentuk interaksi sosial.

Interaksi sosial menurut Soekanto (1990) itu pada dasarnya terbagi dalam dua proses, yaitu :

1) Proses Asosiatif, yang terbagi menjadi :

a) Kerjasama (*cooperation*)

Kerjasama adalah suatu bentuk usaha bersama antara individu atau kelompok manusia untuk mencapai satu atau beberapa tujuan bersama. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Cooley (dikutip oleh Soekanto, 1990, hal.76) mengatakan kerjasama dapat terjalin apabila individu menyadari bahwa adanya kepentingan yang sama.

b) Akomodasi (*accomodation*)

Akomodasi adalah usaha untuk meredakan pertentangan atau konflik dengan mengurangi perbedaan yang ada. Istilah akomodasi menunjuk pada suatu keadaan dan pada suatu proses. Akomodasi yang menunjuk pada suatu keadaan berarti suatu kenyataan adanya suatu keseimbangan dalam interaksi yang berhubungan dengan norma dan nilai sosial yang berlaku. Sedangkan akomodasi yang menunjuk sebagai suatu proses yaitu

usaha untuk meredakan pertentangan dalam mencapai suatu kestabilan.

c) Asimilasi (*assimilation*)

Asimilasi adalah terjadinya pertukaran gagasan, pola tindakan atau penggabungan, keadaan dalam berinteraksi sosial. Asimilasi terjadi melalui mekanisme imitasi dan sugesti serta terjadi jika hubungan yang harmonis telah ditetapkan. Selain itu, asimilasi juga merupakan usaha mengurangi perbedaan yang terdapat antara individu maupun kelompok untuk mempertinggi kesatuan perilaku, sikap dan proses mental demi kepentingan dan tujuan bersama.

d) Akulturasi (*Aculturation*)

Akulturasi adalah hasil perpaduan antara dua kebudayaan berbeda yang membentuk kebudayaan baru dengan tidak menghilangkan ciri-ciri budaya masing-masing. Proses akulturasi lazim berlangsung dalam waktu yang relatif lama. Sebagai contoh adalah punden berundak dalam kebudayaan Hindu yang berpadu dengan masjid dalam kebudayaan Islam menghasilkan arsitektur masjid Demak dengan atap yang bertingkat-tingkat.

2) Proses Disosiatif, yang terbagi menjadi :

a) Kompetisi (*competition*)

Kompetisi adalah keberhasilan aktivitas individu membatasi atau mencegah keberhasilan aktivitas individu lain,

maksudnya masing-masing individu berusaha untuk saling mengungguli di dalam mencapai tujuan yang sama.

b) Kontravensi (*contravension*)

Kontravensi adalah suatu proses sosial yang berada di antara persaingan dan pertentangan atau konflik. Kontravensi ditandai oleh gejala-gejala ketidakpastian diri seseorang, ketidakpastian suatu rencana, perasaan tidak suka yang disembunyikan, dan kebencian atau keraguan terhadap kepribadian seseorang. Dalam bentuknya yang murni, kontravensi merupakan sikap yang tersembunyi terhadap orang lain atau unsur kebudayaan kelompok tertentu. Sikap ini dapat menjelma menjadi kebencian, tetapi tidak sampai menjadi pertentangan atau pertikaian.

c) Konflik (*conflict*)

Pertentangan adalah proses sosial dimana individu atau kelompok berusaha untuk memenuhi tujuannya dengan jalan menantang pihak lawan yang disertai dengan ancaman dan atau kekerasan. Perhatian utama di dalam konflik adalah kegiatan individu yang ditujukan untuk menghalangi, mencegah atau merusak kegiatan individu lain, sehingga kegiatan untuk mencapai tujuan semula sering terlupakan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat diambil suatu kesimpulan bahwa interaksi sosial itu memiliki berbagai bentuk antara lain : kerjasama, akomodasi, asimilasi, akulturasi, kompetisi, kontraversi dan konflik.

3. Warung Kopi

a. Pengertian WarungKopi

Warung adalah usaha kecil milik keluarga yang berbentuk kedai, kios, toko kecil, atau restoran sederhana, istilah warung dapat ditemukan di Indonesia dan Malaysia. Warung adalah salah satu usaha mikro dan bagian penting dalam kehidupan keseharian rakyat Indonesia. Sementara warung yang menjual makanan umumnya dapat menjual panganan sederhana gorengan seperti pisang goreng dan kopi. Selain menjual masakan Indonesia, beberapa warung menjual makanan asia dan barat, makanan seperti nasi goreng dan mi goreng lazim ditemukan di warung. Istilah warung juga merujuk kepada toko atau kedai, dan menjadi dasar istilah lain. Termasuk pada warung kopi, diadopsi dari kata warung yang dibubuhi dengan kata kopi.

Warung adalah dapat dikatakan sebagai bentuk perusahaan kecil atau perorangan, warung kopi yang dijalankan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari pemiliknya dan hanya mempekerjakan keluarganya sendiri terdapat pengecualian terhadapnya dalam mendaftarkan perusahaannya sesuai dengan amanat Permen Perdagangan pasal 4 tahun 2007 tentang pengecualian pendaftaran. Tetapi jika ingin mendaftarkan perusahaannya juga tidak dilarang tentunya. Berbeda dengan warung kopi di Kabupaten sinjai yang bertujuan komersil lainnya dan tidak untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari atau mempekerjakan pegawai professional lainnya maka harus didaftarkan bentuk perusahaannya meskipun itu

perusahaan kecil.

Pada akhirnya, tujuan setiap perusahaan tentu bervariasi dan sangat tergantung pada banyak faktor, terutama pada pandangan pemilik (*owner*) ataupun pengelolanya. Bagi usaha bisnis, tujuan utamanya ialah memperoleh keuntungan. Di Indonesia, tujuan-tujuan di atas nampaknya masih dapat ditambahkan satu tujuan lagi, yaitu untuk *beribadah*, karena masyarakat Indonesia memiliki pandangan religius atau keberagaman yang kuat.

Berdasar pada pengertian warung yang dibubuhi kata kopi pada kata selanjutnya, maka dalam penelitian ini penulis memberikan batasan yang jelas tentang warung kopi yang akan menjadi bahan penelitian di lapangan. Warung kopi adalah tempat disediakannya minuman kopi atau sejenisnya yang sifatnya sederhana untuk dikonsumsi masyarakat pelanggannya, yang mempunyai identitas seperti tulisan maupun disertai dengan gambar pada warungnya dengan desain sederhana.

Warung kopi menjadi ikon lama bagi para pemuda yang ada di kota-kota besar maupun kota yang berkembang untuk melakukan interaksi, baik berupa pertemuan yang membicarakan hal yang serius maupun yang Cuma bercanda dan menghabiskan waktu luang, selain menghabiskan waktu. Tetapi ada beberapa warung kopi juga di pakai sebagai tempat untuk mendapatkan fasilitas tertentu yang biasa disebut fasilitas *wi-fi* yang mampu menyambungkan *laptop* dan *handphone* (HP) ke akses internet yang tidak menutup mata akan perkembangan zaman. Perkembangan warung kopi saat

ini terbilang pesat dan menjamur hampir disetiap sudut kota Sinjai.

Dari suatu pengamatan budaya warung kopi banyak memberi layanan sebagai pusat interaksi sosial. Warung kopi dilihat memberi kesempatan kepada anggota-anggota sosial untuk berkumpul, berbicara, menulis, membaca, menghibur satu sama lain, atau membuang waktu baik secara individu maupun kelompok. Dalam perkembangnya warung kopi memiliki tempat tersendiri bagi para penikmatnya.

Pengertian warung kopi, penulis mencoba memberikan batasan tentang warung kopi yang menjadi bahan penelitiannya, dimaksudkan agar penelitian yang dilakukan tidak meluas. Penikmat kopi, bersamaan dengan itu pula, tumbuhlah gaya hidup baru dan sangat mempengaruhi budaya konsumtif dalam masyarakat Kota Sinjai, hal ini tergambar dari menjamurnya serta banyaknya warung kopi yang tergolong masih baru di kota tersebut. Dalam hal ini juga memberikan pengaruh bagi sebahagian masyarakat kota itu dalam memilih warungkopi.

b Eksistensi WarungKopi

Dalam dunia usaha terdapat banyak hal yang mempengaruhi terhadap kesinambungan dunia usaha pada suatu daerah. Setiap usaha atau dalam hal ini warung kopi memiliki resistensi atau daya tahan masing-masing terhadap setiap faktor-faktor yang berbeda- beda.

Faktor lingkungan yang mempengaruhi dunia usaha secara tidak langsung ini berada di luar elemen pihak internal dan eksternal yang telah dijelaskan. Secara bersamaan faktor internal dan eksternal dengan faktor

lingkungan mempengaruhi kondisi dari warung kopi pinggir jalan ini.

Variabel-variabel di bawah ini secara tidak langsung akan memberi pengaruh pada suatu perusahaan.

1) Variabel Sosial

- a) Faktor demografis seperti jumlah komposisi, dan pertumbuhan suatu wilayah.
- b) Faktor gaya hidup, seperti selera masyarakat, tren yang sedang digandrungi.
- c) Faktor nilai sosial, seperti adat-istiadat, norma yang sedang berlaku, dan kebiasaan.

2) Variabel Ekonomi

Berkaitan erat dengan indikator ekonomi yang bersifat umum, seperti mengukur tabungan, investasi, produktifitas, lapangan kerja, kegiatan pemerintah, transaksi perdagangan internasional, pendapatan dan produk nasional.

3) Variabel Politik

Faktor-faktor yang terkait dengan kondisi atau iklim politik di suatu daerah.

4) Variabel Teknologi

Kemajuan di bidang teknologi yang berubah-ubah dari waktu ke waktu yang terkadang sangat cepat mempengaruhi dunia usaha. Perusahaan yang statis dan tidak mengikuti perkembangan teknologi cenderung tertinggal dibandingkan perusahaan yang terus menerus

melakukan adaptasi teknologi untuk membuat operasional menjadi lebih efektif dan efisien.

Kesemua faktor eksternal yang telah dijelaskan diatas jelas bahwa banyak hal yang bisa membuat warung kopi pinggir jalan ini tenggelam diantara banyaknya pesaing usahayang lain. Faktor yang sangat mencolok ialah faktor teknologi, dimana kalau suatu perusahaan statis akan teknologi maka akan berdampak pada keberlangsungan perusahaannya. Apalagi jika melihat dari maraknya warung kopi yang mengikuti perkembangan teknoogi sebagai upaya tetap eksis dan tetap menarik pengunjunnya, maka warung kopi pinggir jalan yang hanya menyediakan secangkir kopi dan gorengan beserta mengandalkan pelanggan-pelanggan setianya ini terancam eksistensinya di dalam persaingan usaha di kabupaten Sinjai.

4. Perilaku Konsumtif

Konsumtif Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Dewasa ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan adanya gejala konsumtifisme, sedangkan konsumtifisme dapat didefinisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan (Lestari, 2006).

Membeli saat ini sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu. Lebih jauh Kartodiharjo (1995) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sebagai social ekonomi perkembangannya dipengaruhi oleh faktor kultural, pentingnya peran mode yang mudah menular atau menyebabkan produk-produk tertentu. Di samping itu sikap seseorang seperti orang tidak mau ketinggalan dari 10 temannya atau penyakit kultural yang disebut "gengsi" sering menjadi motivasi dalam memperoleh produk. Di jumpai juga gejala sosiopsikologis berupa keinginan meniru sehingga remaja berlomba-lomba yang satu ingin lebih baik dari yang lain. Perilaku konsumtif menciptakan kebiasaan pembelian produk untuk konsumsi tetapi ada motivasi lain. Konsumtifisme jenis ini cukup banyak contohnya, misalnya berbagai produk dengan merk terkenal sangat disukai meskipun mahal, seperti kemeja "Arrow atau tas Gucci". Produk bukan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia, akan tetapi lebih berfungsi sebagai lambang yang disebut "Simbol Status". Pendapat yang lain dikemukakan Setiaji (1995) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

5. Anak remaja

Berasal dari kata latin *adolensence* yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah *adolensence* mempunyai arti yang lebih luas lagi yang mencakup kematangan mental, emosional sosial dan fisik (Hurlock, 1992). Pada masa ini sebenarnya tidak mempunyai tempat yang jelas karena tidak termasuk golongan anak tetapi tidak juga golongan dewasa atau tua.

Seperti yang dikemukakan oleh Calon (dalam Monks, dkk 1994) bahwa masa remaja menunjukkan dengan jelas sifat transisi atau peralihan karena remaja belum memperoleh status dewasa dan tidak lagi memiliki status anak. Menurut Sri Rumini & Siti Sundari (2004: 53) adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek/ fungsi untuk memasuki masa dewasa.

1. Anak Remaja Menurut Para Ahli

a. Menurut Sri Rumini & Siti Sundari

Masa remaja merupakan peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek/fungsi untuk memasuki masa dewasa.

b. Menurut Hurlock

Remaja berasal dari kata latin adolensence yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah adolensence mempunyai arti yang lebih luas lagi yang mencakup kematangan mental, emosional sosial dan fisik.

c. Menurut Rice

(dalam Gunarsa, 2004), masa remaja adalah masa peralihan, ketika individu tumbuh dari masa anak-anak menjadi individu yang memiliki kematangan. Pada masa tersebut, ada dua hal penting menyebabkan remaja melakukan pengendalian diri. Dua hal tersebut adalah, pertama, hal yang bersifat eksternal, yaitu adanya perubahan lingkungan, dan kedua adalah hal yang bersifat internal, yaitu karakteristik di dalam diri remaja yang membuat remaja relatif lebih bergejolak dibandingkan dengan masa perkembangan lainnya (storm and stress period).

d. Menurut Santrock

Bahwa adolescence diartikan sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif dan sosial-emosional.

6. Teori Sebagai Unit Analisis

a. Konsumerisme

Dalam melakukan studi serta pembahasa tentang fenomena konsumtif anak remaja di Wakop, penulis menggunakan teori yang dikemukakan Baudrillard tentang masyarakat konsumsi, namun penelitian

ini lebih difokuskan pada dimensi spasial konsumerisme sebagai telaah dari beberapa ranah konsumsi. Lebih jauh, fenomena tersebut dipetakan kembali sesuai ranah konsumsi yang menjadi pembentuk konsumerisme sebagai cara hidup.

Bagi Baudrillard, kultur modern saat ini memasuki era konsumerisme atau konsumsi yang bersumber dan dihasilkan melalui dunia Barat Ashcroft et al. Tahun 1970-an, Baudrillard memperlihatkan bahwa kita (masyarakat) tidak lagi hidup berdasarkan pada pertukaran barang dengan nilai guna, melainkan pada komoditas sebagai nilai tanda dan simbol yang penggunaannya bersifat sewenang-wenang. Menurutnya, dalam masyarakat konsumtif, orang-orang mudah memperoleh kenikmatan atau kesenangan dengan cara membeli atau mengonsumsi sistem tanda yang dimiliki bersama dalam hal ini, mengikuti kajian Baudrillard dalam Tomlinson, efek nyata dari konsumsi kontemporer terlihat pada *“The passage from use value to sign value”*.

Konsumsi tersebut, menyandarkan pada dinamika konstruksi tanda atau image serta interpretasi akan tanda tersebut. Pada fetisisme komoditas (pemuja) pun, kebutuhan individu banyak didominasi oleh objek kenikmatan (kepuasan semu) yang diperoleh dari komoditas tersebut (Ripstein, 1987). Dalam konteks ini, melihat maraknya perilaku konsumtif anak remaja di warkop, tak pelak memunculkan asumsi terhadap fenomena konsumerisme pada dimensi spasial.

B. Kerangka Konsep

Perubahan perilaku kehidupan remaja saat ini sangat gampang terjadi. Kemajuan jaman telah banyak mempengaruhi hal tersebut. Dari mudahnya masyarakat mencari tempat hiburan seperti kafe, kemajuan teknologi, dan tersedianya barang modern dan jasa (kafe, salon, fitness center, dll) dalam jumlah yang banyak. Menuntun remaja berperilaku konsumtif, dan hal itu kini sudah menjadi gaya hidup (life style) bagi mereka

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian diskriptif kualitatif dengan metode eksplorasi dan klarifikasi mengenai suatu fenomena atau kenyataan sosial dengan jalan mendiskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti. Subyek yang diteliti sebagai sumber informasi tentang permasalahan yang menjadi pusat penelitian adalah pemilik kafe, pengunjung kafe dan pekerja kafe.

Selain dari adanya keinginan seseorang untuk mengikuti budaya populer (budaya yang muncul dari proses industrialisasi dan komersialisasi yang bisa saja menggeser budaya asli yang ada saat itu dimasyarakat, bersifat sementara dan biasanya mengalami proses forgetting (dilupakan oleh pengikutnya) ketika muncul budaya populer baru yang lebih menarik dan banyak diminati orang), yaitu :

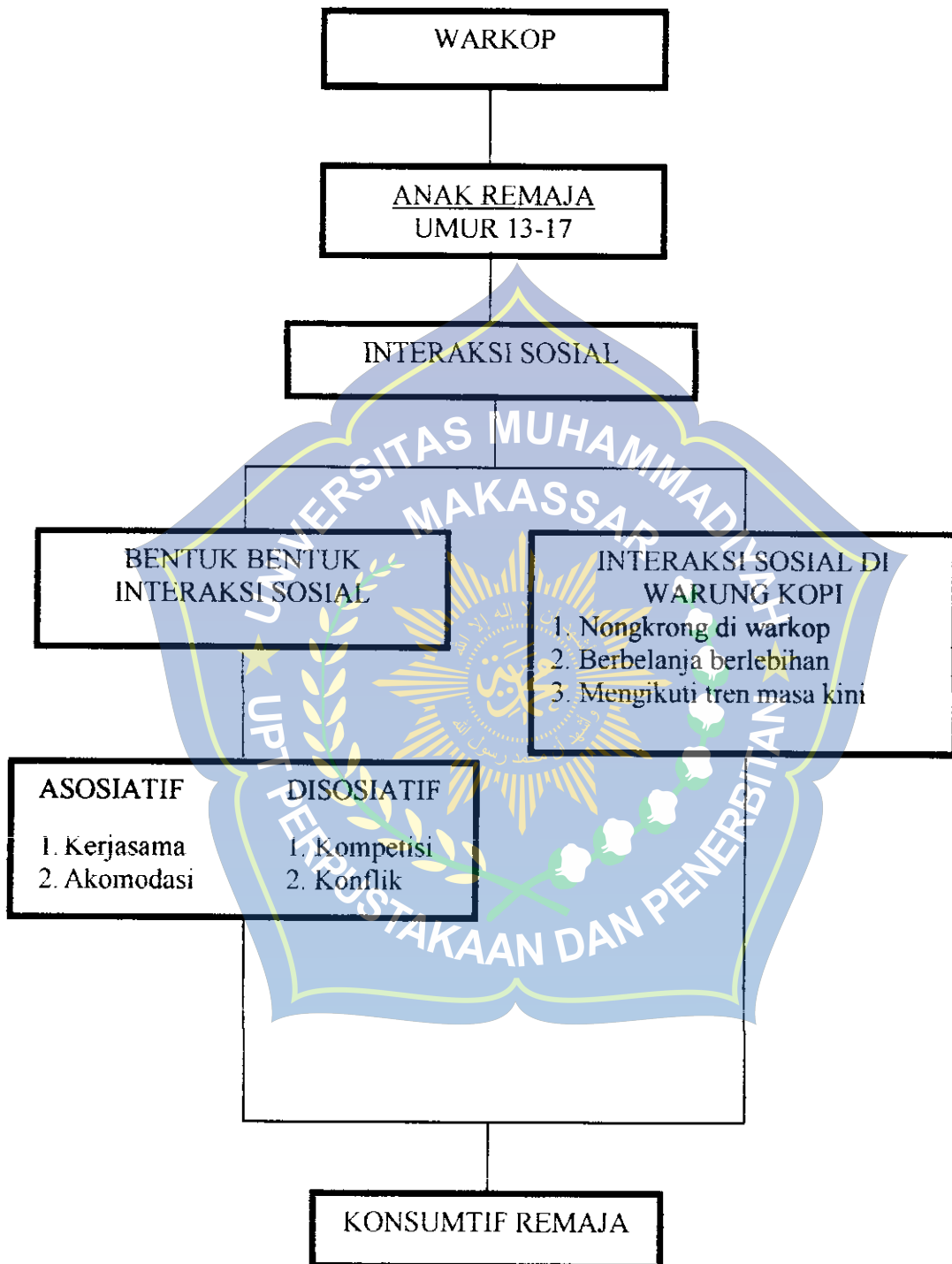
- a) Warkop sebagai tempat bersantai, setelah seharian beraktifitas, kafe merupakan pilihan utama untuk melepas penat atau lelah.
- b) Warkop sebagai arena bisnis, banyak orang yang melirik usaha kafe ini, karena penikmatnya dari semua kalangan dan keuntungan yang didapatkan

sangat menggiurkan. Warkop juga bisa digunakan sebagai tempat rapat deal bisnis, pencari partner kerja, dan lain-lain.

- c) Warkop sebagai peningkatan gengsi dan life style. Dari interaksi yang dilakukan saat di kafe akan mengakibatkan keinginan peningkatan prestise atau kelas social mereka dengan penampilan yang glamour, gaul, modern atau sebagainya. Antusiasme masyarakat untuk selalu mengikuti perkembangan jaman untuk peningkatan prestise dan gengsi, serta merupakan Life Style. Hal ini dilakukan untuk memperoleh posisi sosial.



Bagan Kerangka Konsep



Gambar 2.1. Bagan Kerangka Konsep

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Nawawi (1993:208) berpendapat bahwa objek dari penelitian kualitatif adalah manusia atau segala sesuatu yang dipengaruhi manusia. Objek itu diteliti dalam kondisi sebagaimana adanya atau dalam keadaan sewajarnya atau secara naturalistik (natural setting). Dalam proses penelitian kualitatif, data yang didapatkan catatan berisi tentang perilaku dan keadaan individu secara keseluruhan. Penelitian kualitatif menunjukkan pada prosedur riset yang menghasilkan data kualitatif, ungkapan atau catatan orang itu sendiri atau tingkah lakunya.

Penelitian dengan jenis deskriptif berarti adalah data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Kutipan dan data ini didapatkan melalui catatan di lapangan, foto, rekaman wawancara, dan dokumen resmi lainnya.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian studi kasus. Menurut Yin (1997 : 1) metode studi kasus adalah strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan " how " dan " why ", bila peneliti hanya sedikit memiliki peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitian terletak pada fenomena masa kini di dalam konteks kehidupan nyata.

Dari pendapat diatas, penulis memahami bahwa desain penelitian studi kasus dibuat guna dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan awal yaitu pada pertanyaan seperti “ mengapa “ atau “ bagaimana “pada fokus penelitian sehingga akan mempermudah peneliti ke tahap pengumpulan dan analisis data. Menurut Yin (1997 : 46) karakteristik umum desain penelitian berperan sebagai latar untuk memikirkan desain yang spesifik bagi studi kasus.

Karena pendapat tersebut di atas sesuai dengan apa yang diinginkan oleh peneliti untuk memaparkan tentang interaksi sosial di warkop bawakaraeng87 terhadap perilaku konsumtif remaja studi deskriptif konsumen warkop bawakaraeng87 pada remaja di kelurahan balangnipa kecamatan sinjai utara kabupaten sinjai maka tipe penelitian kualitatif penulis rasa tepat digunakan sebagai tipe penelitian pada penelitian ini. Dengan menggunakan tipe penelitian kualitatif.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dari penelitian ini terletak di Kelurahan Balangnipa, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai dengan memilih warkop Bawakaraeng87 sebagai lokasi penelitian.

C. Informan Penelitian

Informan menurut Moleong (2006 : 132) adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, dia harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian.

Informan penelitian Merupakan berbagai sumber informasi yang dapat memberikan data yang diperlukan dalam penelitian, penentuan informan

penelitian harus diteliti dan disesuaikan dengan jenis data atau informan yang ingin didapatkan. Teknik penentuan informan yang digunakan dapat ditempuh dengan berbagai cara tergantung masalah penelitian, penentuan sampel tersebut diantaranya: purposive sampling, snow-ball sampling, quota sampling, dan accidental sampling.

Untuk melakukan penelitian ini, penulis menggunakan sampling purposif. Menurut Krisyanto (2007 : 154) sampling purposif yaitu teknik yang mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria, sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel. Persoalan utama dalam menentukan kriteria, dimana kriteria harus mendukung tujuan penelitian. Biasanya teknik purposif dipilih untuk penelitian yang lebih mengutamakan kedalaman data, daripada untuk tujuan representatif yang dapat digeneralisasikan.

Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling* teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini informan yang dimaksud oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Anak Remaja Kalangan Masih Pelajar (SMP) sebanyak 3 orang
2. Anak Remaja Kalangan Masih Pelajar (SMA) sebanyak 4 orang
3. Pemilik dan Pelayan Warung Kopi Sebanyak 3 Orang

D. Fokus Penelitian

Fokus dalam penelitian ini adalah anak remaja yang berperilaku konsumtif. Guna mendalami focus tersebut penelitian ini akan menggunakan

metode kualitatif. Penelitian kualitatif dipilih karena fenomena yang diamati perlu pengamatan terbuka, lebih mudah berhadapan dengan realitas, kedekatan emosional antara peneliti dan responden sehingga didapatkan data yang mendalam. Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mengeksplorasi kekhasan pengalaman seseorang ketika mengalami suatu fenomena sehingga fenomena tersebut dapat dibuka dan dipilih sehingga dicapai suatu pemahaman yang ada.

Strategi yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah fenomenologi. Fenomenologi dipilih karena didalamnya peneliti mengidentifikasi tentang suatu fenomena tertentu, serta mengharuskan peneliti mengkaji subjek dengan terlibat langsung untuk mengembangkan pola dan relasi yang bermakna (Creswell, 2010). Dalam konteks penelitian yang akan dikaji ini focus utama dari penelitian ini adalah gambaran anak remaja mengunjungi cafe, dan pengaruh gaya hidup remaja.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian menurut Suharsimi Arikunto (2006: 149) merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto dalam edisi sebelumnya adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis, sehingga mudah diolah.

Instrumen yang digunakan oleh peneliti dalam hal ini adalah instrumen pokok dan instrumen penunjang. Instrumen pokok adalah manusia itu sendiri

sedangkan instrumen penunjang adalah pedoman observasi dan pedoman wawancara.

1. Instrumen pokok dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Peneliti sebagai instrumen dapat berhubungan langsung dengan responden dan mampu memahami serta menilai berbagai bentuk dari interaksi di lapangan. Menurut Moleong (2007: 168) Kedudukan peneliti dalam penelitian kualitatif adalah ia sekaligus merupakan perencana, pelaksana, pengumpulan data, analisis, penafsir data, pada akhirnya ia menjadi pelapor hasil penelitiannya. Ciri-ciri umum manusia sebagai instrument mencakup sebagai berikut:

- a. Responsif, manusia responsif terhadap lingkungan dan terhadap pribadi-pribadi yang menciptakan lingkungan.
- b. Dapat menyesuaikan diri, manusia dapat menyesuaikan diri pada keadaan dan situasi pengumpulan data.
- c. Menekankan keutuhan, manusia memanfaatkan imajinasi dan kreativitasnya dan memandang dunia ini sebagai suatu keutuhan, jadi sebagai konteks yang berkesinambungan dimana mereka memandang dirinya sendiri dan kehidupannya sebagai sesuatu yang real, benar, dan mempunyai arti.
- d. Mendasarkan diri atas perluasan pengetahuan, manusia sudah mempunyai pengetahuan yang cukup sebagai bekal dalam mengadakan penelitian dan memperluas kembali berdasarkan pengalaman praktisnya.

- e. Memproses data secepatnya, manusia dapat memproses data secepatnya setelah diperolehnya, menyusunnya kembali, mengubah arah inkuiri atas dasar penemuannya, merumuskan hipotesis kerja ketika di lapangan, dan mengetes hipotesis kerja itu pada respondennya.
- f. Memanfaatkan kesempatan untuk mengklarifikasikan dan mengikhtisarkan, manusia memiliki kemampuan untuk menjelaskan sesuatu yang kurang dipahami oleh subjek atau responden.
- g. Memanfaatkan kesempatan untuk mencari respons yang tidak lazim dan disinkratik, manusia memiliki kemampuan untuk menggali informasi yang lain dari yang lain, yang tidak direncanakan semula, yang tidak diduga sebelumnya, atau yang tidak lazim terjadi.

Untuk membantu peneliti sebagai instrumen pokok, maka peneliti membuat instrumen penunjang. Dalam penyusunan instrumen penunjang tersebut, Suharsimi Arikunto (1996: 153-154) mengemukakan pemilihan metode yang akan digunakan peneliti ditentukan oleh tujuan penelitian, sampel penelitian, lokasi, pelaksana, biaya dan waktu, dan data yang ingin diperoleh. Dari tujuan yang telah dikemukakan tersebut, dalam penelitian ini menggunakan metode wawancara dan observasi. Setelah ditentukan metode yang digunakan, maka peneliti menyusun instrument pengumpul data yang diperlukan untuk mengumpulkan data yang diperlukan.

2. Instrumen kedua dalam penelitian ini adalah dengan metode wawancara. Secara umum, penyusunan instrumen pengumpulan data berupa pedoman wawancara dilakukan dengan tahap-tahap berikut ini :

- a. Mengadakan identifikasi terhadap variabel-variabel yang ada di dalam rumusan judul penelitian atau yang tertera di dalam problematika penelitian.
 - b. Menjabarkan variabel menjadi sub atau bagian variabel.
 - c. Mencari indikator setiap sub atau bagian variabel.
 - d. Menderetkan deskriptor menjadi butir-butir instrumen.
 - e. Melengkapi instrumen dengan pedoman atau instruksi dan kata pengantar (Suharsimi Arikunto, 2005:135).
3. Instrumen ketiga dalam penelitian ini adalah dengan observasi.

Secara umum, penyusunan instrumen pengumpulan data berupa observasi dilakukan dengan tahap-tahap berikut ini :

- a. Mengadakan identifikasi terhadap variabel-variabel yang ada di dalam rumusan judul penelitian atau yang tertera di dalam problematika penelitian.
- b. Menjabarkan variabel menjadi sub atau bagian variabel.
- c. Mencari indikator setiap sub atau bagian variabel.
- d. Menderetkan deskriptor menjadi butir-butir instrumen.
- e. Melengkapi instrumen dengan pedoman atau instruksi dan kata pengantar (Suharsimi Arikunto, 2005:135).

F. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Sumber data yaitu penyedia informasi yang mendukung menjadi pusat perhatian peneliti. Menurut Lofland dalam Moleong (2006 : 157) sumber data dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah

tambahan data seperti dokumen dan sebagainya. Ini disebabkan karena dalam penelitian kualitatif cenderung mengutamakan wawancara dan pengamatan langsung (observasi) dalam memperoleh data yang bersifat tambahan.

Data yang diklasifikasikan maupun dianalisis untuk mempermudah dalam menghadapi pada pemecahan permasalahan, perolehannya bisa berasal dari masyarakat secara langsung maupun bahan-bahan kepustakaan. Pada penelitian ini data yang diperlukan adalah rasio tingkat kriminalitas dan besaran nilai investasi.

Klasifikasi penelitian antara lain:

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati, dicatat, untuk pertama kali. Data ini berasal dari Key informan dan Informan. Moleong (2006 : 157) mengemukakan data primer adalah kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai yang didapat melalui catatan tertulis atau melalui rekaman video atau audio tape, pengambilan foto atau film.
2. Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain / lewat dokumen-dokumen yang ada (Sugiyono, 2008 : 129).

Penulis mendapatkan informasi sebagai data sekunder melalui beberapa cara, yaitu :

a. Studi pustaka

Peneliti memperoleh data melalui buku teks perpustakaan yang ada di Universitas Muhammadiyah Makassar, materi belajar yang didapatkan

dikelas, makalah penelitian untuk memperoleh teori dan membandingkan dengan kenyataan di lapangan, sehingga dapat melengkapi isi penelitian ini.

b. Internet

Sebagai tambahan, penulis menggunakan informasi dari internet dalam mencari pengertian dari istilah-istilah yang sulit dipahami.

Dengan demikian alat yang digunakan ada dua yaitu dengan wawancara mendalam dan observasi. Wawancara merupakan bukti terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh. Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara Tanya jawab sambil tatap muka antara pewawancara dengan yang diwawancarai. Observasi adalah metode atau cara yang menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sarwono, 2006). Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Wawancara

Adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Pewawancara disebut *interviewer*, sedangkan orang yang diwawancarai disebut *interviewee*.

2. Observasi

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti melakukan observasi partisipatif tipe partisipasi aktif (*direct participation*). Dalam hal ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Observasi langsung akan membuat peneliti berbaur didalam masalah yang sedang diteliti. Pengamatan langsung dalam penelitian ini sangat bermanfaat untuk mengamati perilaku menyimpang remaja dalam penyalagunaan obat-obatan.

3. Dokumentasi

Adalah teknik pengambilan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen. Data-data yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi cenderung merupakan data sekunder. Dokumen ini berupa gambaran profil sekolah untuk mendapatkan gambaran lokasi penelitian serta didukung oleh gambar-gambar yang berkaitan dengan topik penelitian.

H. Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan & Biklen dalam Moleong (2006 : 248) 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 dilakukan setelah proses pengumpulan data di mana analisis data tersebut dilakukan dalam beberapa tahapan. Menurut Seiddel dalam Moleong (2006 : 248) analisis data kualitatif prosesnya berjalan sebagai berikut :

- 1 Mencatat yang menghasilkan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri.
2. Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mensintesis, membuat ikhtisar, dan membuat indeksnya
3. Berpikir, dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan dan membuat temuan-temuan

Berdasarkan pendapat diatas, maka rencana analisis data yang dilakukan penulis adalah :

1. Mentranskrip hasil wawancara yang telah direkam
2. Memberikan kode (*koding*) pada kesamaan tema jawaban dari narasumber
3. Mengumpulkan, memilah-milah, dan mengklasifikasi hasil wawancara.
- 4 Melakukan pemeriksaan data yang didapat, melakukan pengecekan atas hasil data yang didapatkan dan melakukan interpretasi hasil wawancara sehingga penulis menemukan hasil penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan bersifat kualitatif dengan menyajikan data dalam bentuk deskriptif berdasarkan informasi yang diperoleh melalui obsevasi, wawancara mendalam dan sumber-sumber lain yang relevan dengan penelitian

I. Teknik Keabsahan Data

Penelitian kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Melalui keabsahan data kredibilitas (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. Adapun triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2007:330).

Untuk menguji keabsahan data, penulis menggunakan teknik triangulasi, yaitu menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Disini jawaban subjek di cross check dengan dokumen yang ada (Krisyanto, 2007 : 71).

Menurut Denzin dalam Moleong (2006 : 330) ada empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan pengguna sumber, metode, penyidik, dan teori.

Menurut Patton dalam Moleong (2006 : 330-331) triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara;
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi;

3. Membandingkan apa yang dikatakan orang - orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu;
4. Membandingkan keadaan perspektif dengan berbagai pendapat dan orang seperti rakyat biasa, orang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan;
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan

Triangulasi dengan metode menurut Patton dalam Moleong (2006 : 331) terdapat dua strategi, yaitu : pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data, pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Jadi triangulasi merupakan cara terbaik bagi peneliti untuk *merecheck* temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai metode atau sumber. Untuk itu peneliti melakukannya dengan cara :

1. Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan
2. Membandingkannya dengan sumber data lainnya
3. Mengajukan pertanyaan yang sama untuk melihat konsistensi narasumber agar didapat jawaban yang sesuai fakta dan apa adanya.

BAB IV

GAMBARAN LOKASI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Kabupaten Sinjai

1. Kondisi Geografis

Kabupaten Sinjai terletak di Jazirah Selatan bagian Timur Propinsi Sulawesi Selatan dengan Ibukotanya Sinjai. Berada pada posisi 50 19' 30" sampai 50 36' 47" Lintang Selatan dan 119 48' 30" sampai 120 0' 0" Bujur Timur.

Disebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Bone, di sebelah Timur dengan Teluk Bone, di sebelah Selatan dengan Kabupaten Bulukumba, dan sebelah Barat dengan Kabupaten Gowa.

Wilayah administratif terbagi atas 8 Kecamatan, 13 kelurahan, 55 desa, dan 259 lingkungan/dusun dengan luas wilayah 819,96 Km², atau 1,29 persen dari luas wilayah daratan Propinsi Sulawesi Selatan.

Dari 8 Kecamatan itu, terdiri dari : 68 desa/Kelurahan Desa :

Di Kecamatan Sinjai Barat, 8 Desa / 1 Kelurahan ,

Di Kecamatan Sinjai Borong, 7 Desa/ 1 Kelurahan,

Di Kecamatan Sinjai Selatan, 10 Desa/ 1 kelurahan,

Di Kecamatan Sinjai Timur , 12 Desa / 1 kelurahan,

Di Kecamatan Sinjai Tengah,10 Desa/ 1 kelurahan,

Di Kecamatan Sinjai Utara, 7 kelurahan,

Di Kecamatan Bulupoddo, 10 Desa / kelurahan,

Di Kecamatan Tellulimpoe, 10 Desa/ 1 kelurahan, dan di Kecamatan

Pulau Sembilan, 4 Desa yang merupakan wilayah kepulauan

Berdasarkan situasi Geografis, daerah Kabupaten Sinjai beriklim Sub Tropis. Curah hujan rata-rata 2.772 sampai 4.847 milimeter dengan 120 Deep rain pertahun. Musim Hujan dimulai Februari s/d Juli dan musim panas mulai Agustus s/d Oktober serta kelembaban mulai November s/d Januari.

Sinjai berada pada ketinggian antara 25 sampai 1.000 meter diatas permukaan laut. Luas daerah 8.1996 Ha, dengan 4,62 persen berada pada ketinggian 25 m diatas permukaan laut, 9,74 persen berada pada ketinggian 100 m diatas permukaan laut, 55,35 persen berada pada ketinggian 100 – 500 m dari permukaan laut, 21,18 persen berada pada ketinggian 500 – 1000 m dari permukaan laut dan 21,18 persen berada pada ketinggian diatas 1000 m dari permukaan laut.

2. Kondisi Topografi

Secara morfologi, kondisi topografi wilayah kabupaten sangat bervariasi, yaitu dari area dataran hingga area yang bergunung. Sekitar 38,26 persen atau seluas 31.370 Ha merupakan kawasan dataran hingga landai dengan kemiringan 0 - 15 persen. Area perbukitan hingga bergunung dengan kemiringan di atas 40 persen, diperkirakan seluas 25.625 Ha atau 31,25 persen.

Berdasarkan klasifikasi menurut ketinggian diatas permukaan laut (dpl), wilayah kabupaten terbagi ke dalam 5 (lima) klasifikasi ketinggian , dengan luasan sebagai berikut :

- Area dengan ketinggian 0 - 25 meter dpl , seluas 3.788 ha
- Area dengan ketinggian 25 - 100 meter dpl, seluas 7.983 ha
- Area dengan ketinggian 100 - 500 meter dpl, seluas 45.535 ha

- Area dengan ketinggian 500 - 1000 meter dpl, seluas 17.368 ha
- Area dengan ketinggian > 1000 meter dpl, seluas 6.569 ha

3. Iklim

Sepanjang tahun, daerah ini termasuk beriklim sub tropis, yang mengenal 2 (dua) musim, yaitu musim penghujan pada periode April - Oktober, dan musim kemarau yang berlangsung pada periode Oktober-April. Selain itu ada 3 (tiga) type iklim (menurut Schmidt & Fergusson) yang terjadi dan berlangsung di wilayah ini, yaitu iklim type B2, C2, D2 & type D3.

Zona dengan iklim type B2 dimana bulan basah berlangsung selama 7 - 9 bulan berturut - turut , sedangkan bulan kering berlangsung 2 - 4 bulan sepanjang tahun. Penyebarannya meliputi sebagian besar wilayah Kecamatan Sinjai Timur & Sinjai Selatan .

Zona dengan iklim type C2, dicirikan dengan adanya bulan basah yang berlangsung antara 5 - 6 bulan, sedangkan bulan keringnya berlangsung selama 3 - 5 bulan sepanjang tahun. Penyebarannya meliputi sebagian kecil wilayah Kecamatan Sinjai Timur , Sinjai Selatan & Sinjai Tengah

Zona dengan iklim type D2, mengalami bulan basah selama 3 - 4 bulan & bulan keringnya berlangsung selama 2 - 3 bulan. Penyebarannya meliputi wilayah bag. Tengah Kabupaten Sinjai , yaitu sebagian kecil wilayah Kecamatan Sinjai Tengah, Sinjai Selatan & Sinjai Barat.

Zona dengan iklim type D3, bercirikan dengan berlangsungnya bulan basah antara 3 - 4 bulan & bulan kering berlangsung antara 3 - 5 bulan. Penyebarannya meliputi sebagian wilayah Kecamatan Sinjai Barat, Sinjai Tengah & Sinjai Selatan Dari keseluruhan type iklim yang ada tersebut , Kabupaten Sinjai

mempunyai curah hujan berkisar antara 2.000 - 4.000 mm / tahun, dengan hari hujan yang bervariasi antara 100 – 160 hari hujan / tahun.

Kelembaban udara rata-rata, tercatat berkisar antara 64 - 87 persen, dengan suhu udara rata-rata berkisar antara 21,1o C - 32,4o C.

4. Kependudukan

Jumlah penduduk Kabupaten Sinjai, pada tahun 2009 sebesar 236.234 jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk 1,59 persen, yang terdiri dari 114.867 jiwa penduduk laki-laki dan 121.367 jiwa penduduk perempuan.

Sex ratio sebesar 92 persen artinya setiap 100 penduduk perempuan terdapat 92 penduduk laki-laki. Kepadatan penduduk Kabupaten Sinjai sebesar 265 jiwa per km² dengan Kecamatan Sinjai utara merupakan daerah yang memiliki kepadatan terbesar yaitu 1.279 per km² dan Kecamatan Sinjai Barat dengan kepadatan terendah yakni 167 per km².

B. Gambaran Khusus Lokasi Penelitian

Warkop di Jalan Bawakaraeng sangat beragam, mulai dari warkop Dg Mos, Café 179 dan Bawakaraeng87 Sinjai. Warkop Dg Mos mulai beroperasi di tahun 2016 yang di dirikan oleh Mansur Massa yang merupakan usaha keluarga yang menyediakan kopi, jus dan makanan yang berkisar 15 ribu sampai 18 ribu. Sementara warkop Café 179 yang mulai beroperasi di tahun 2018 yang merupakan usaha keluarga yang di dirikan oleh Subhan mardin yang menyediakan kopi susu dan greentea yang berkisar 13 ribu.

Sedangkan Bawakaraeng87 di Jalan Bawa Karaeng kabupaten Sinjai mulai beroperasi tahun 2009. Warkop bawakaraeng87 merupakan sebuah usaha kopi yang berdiri sendiri dan didirikan oleh Afur Lasari merupakan usaha

keluarga yang menyediakan kopi, teh dan soft drink yang sangat murah berkisar 10 ribuan.

Warkop Bawakaraeng⁸⁷ Sinjai dapat menampung lebih dari 50 orang pengunjung, dan total pengunjungnya dalam sehari mencapai sekitar 50 sampai 100 orang, jumlah ini melebihi dari cukup untuk sebuah tolak ukur kesuksesan usaha warkop di kota kabupaten. Sedangkan pengunjung warkop Dg Mos pengunjung kurang lebih 50 orang dan warkop Café 179 jumlah pengunjung berkisar 25-30 orang perhari.

Tabel 4.1 :Profil warkop di jalan Bawakaraeng Sinjai

| Nama | Pendiri | Tahun | Menu |
|--------|---------|-------|---------------------|
| Dg Mos | Mansyur | 2016 | Kopi,Jus, Makanan |
| 179 | Subhan | 2018 | Kopi, Teh,Softdrink |
| Bwk 87 | Afur | 2009 | Kopi, Green Tea |

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2021

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama dua bulan, tepatnya pada tanggal 14 Juni sampai 14 Agustus 2021 di Kabupaten Sinjai, Kecamatan Sinjai Utara, Kelurahan Balangnipa, penelitian yang dilakukan ini bersifat deskriptif, yang bertujuan memberikan gambaran dan informasi mengenai pola interaksi di warung kopi bawakaraeng⁸⁷ khususnya pada remaja.

Pada Bab ini peneliti akan menyajikan data-data hasil penelitian yang dilakukan dilapangan terkait pola interaksi di warung kopi bawakaraeng⁸⁷ khususnya pada remaja, Dan apa saja yang melatar belakangi pola perilaku yang terjadi di warung kopi bawakaraeng khususnya pada para remaja yang berkunjung di warung kopi itu.

1. Pola interaksi antar pelanggan di warung kopi bawakaraeng⁸⁷

Perilaku adalah segala perbuatan atau tindakan yang dilakukan oleh makhluk hidup. Perilaku juga dapat diartikan sebagai suatu reaksi psikis seseorang terhadap lingkungannya, reaksi yang dimaksud digolongkan menjadi dua bagian, yakni dalam bentuk pasif (tanpa tindakan nyata atau konkrit), dan dalam bentuk aktif (dengan tindakan konkrit).

Perilaku pelanggan Warkop di jalan Bawakaraeng Sinjai adalah membentuk suatu gaya hidup dan komunitas. Secara khusus adalah bersantai dengan meminum kopi sambil nonton lewat *tv cable* yang tersedia, berdiskusi atau

ngobrol sambil minum kopi, maupun menggunakan laptop atau gadget sambil minum kopi.

Interaksi yang terjadi berkaitan dengan warkop di jalan Bawakaraeng Sinjai mencakup semua bentuk interaksi sosial, baik yang berupa kerjasama, persaingan, pertikaian, akomodasi maupun asimilasi dapat ditemui di warkop ini pada waktu-waktu tertentu.

Berdasarkan hasil observasi, pengunjung yang datang berasal dari berbagai kalangan dan profesi, dari remaja hingga orangtua, dari anak sekolah hingga pegawai dan setingkat pejabat, bahkan seorang ibu-ibu juga tak luput menjadi pengunjung di warkop ini.

a) Proses Asosiatif

1. Kerjasama (cooperation)

Kebanyakan pengunjung maupun pelanggan sering melakukan kerjasama antar individu dengan individu. Di waktu-waktu tertentu juga terdapat jenis kerjasama selain itu, sebagai contoh yaitu kerjasama yang dilakukan pendiri warkop Bawakaraeng⁸⁷ Sinjai dengan pelanggan yang bersifat membangun maupun kritikan dalam pelayanan. Hal ini diungkapkan oleh informan bapak Afur Lasari (35 tahun) pemilik warkop Bawakaraeng⁸⁷ yang mengatakan bahwa:

“Sejak awal mulanya usaha warkop ini, saya sudah memulai hubungan kerjasama dengan pelanggan dalam hal ini jika ada pelanggan memberikan kritikan dan banyak pun memberi saran mulai dari kebersihan pelayanan maupun perubahan desain dan itu kami terima. dan jika wifi nya lambat biasanya di minta untuk memperbaiki atau bila ada yang mau mengadakan kegiatan di sini seperti kegiatan mahasiswa kami terima atau kegiatan politik kalau ada caleg untuk jadikan tempat nongkrong dan sosialisasi.”

Interaksi yang terjadi menyangkut pernyataan tersebut merupakan jenis interaksi antara individu dengan kelompok, yaitu pengelola warkop sebagai individu dan masyarakat atau pelanggan.

Proses kerja sama ini juga sering ditemui di Warkop bawakaraeng87 Sinjai pada pada waktu tertentu, yang juga terjadi dalam sebuah diskusi yang lebih sering dilakukan oleh sekelompok remaja.

Sekelompok remaja sering berkumpul dan berdiskusi meskipun berbeda kelompok terkadang berkumpul dan berdiskusi di warkop BWK 87 Sinjai sehingga dalam proses pertemuan tersebut terjadi kerja sama seperti yang di ungkapkan oleh Pemilik warkop Afur Lasari (35 tahun) mengatakan bahwa:

“Biasanya banyak kelompok remaja berkumpul di sini meskipun berbeda kelompok mereka tetap berkumpul dan berdiskusi terkait game online yang tranding di masa kini, karna adanya sarana wifi mereka hampir setiap malam berkumpul hanya untuk sekedar nongkrong bermain game online dan menikmati wifi gratis”

Dari kesimpulan diatas, bahwa adapun faktor pendorong suatu proses kerja sama adalah sebagai berikut mulai darisikap toleransi sesama pelanggan maupun sesama pemilik warkop bahwa kesempatan yang seimbang dalam ekonomi (tiap-tiap individu mendapat kesempatan yang serupa untuk mencapai kedudukan khusus atas dasar kemampuan & jasanya), Sikap menghargai orang-orang asing dan kebudayaan dimilikinya, Tingkah laku yang terbuka dari seluruh golongan yang cenderung menjadi pendorong proses kerja sama yang terjadi adalah adanya sikap toleransi, sikap menghargai orang lain.

2. Akomodasi (accomodation).

Warkop di Jalan Bawakaraeng sangat beragam, mulai dari warkop Dg Mos, Café 179 dan BWK 87 Sinjai. Warkop Dg Mos mulai beroperasi di tahun 2016 yang di dirikan oleh Mansur Massa yang merupakan usaha keluarga yang menyediakan kopi, jus dan makanan yang berkisar 15 ribu sampai 18 ribu. Sementara warkop Café 179 yang mulai beroperasi di tahun 2018 yang merupakan usaha keluarga yang di dirikan oleh Subhan mardin yang menyediakan kopi susu dan greentea yang berkisar 13 ribu.

Selaras yang diungkapkan diatas dalam hal ini kerjasama dilakukan antar pengunjung dan pengelola dalam waktu tertentu. Seperti diungkapkan oleh Informan Zainuddin (23 tahun) pelanggan warkop yang mengatakan bahwa:

“Setiap menjelang pilkada atau pemilihan mulai dari tingkat daerah atau pusat kami biasanya bekerja sama dengan pemilik warkop untuk di jadikan tempat seperti sosialisasi caleg atau tempat pertemuan dan tempat diskusi dan itu di terima oleh pemilik warkop.”

Sementara di kalangan remaja mengungkapkan hal yang sama terkait dengan kerja sama seperti yang di ungkapkan oleh Informan Riswan (17 tahun) yang mengatakan bahwa:

“Saya biasanya nongkrong di Warkop BWK 87 Sinjai. kalau tidak ada kegiatan di rumah saya dan teman-teman sering berjanjian ngumpul di warkop ini untuk sekedar bersantai dan jajan, kadang juga kalau ada kerja kelompok kami sering sekali mengerjakannya di warkop ini.”

Sejumlah kerjasama juga tidak luput dilakukan oleh peianggan Warkop Bawakaraeng87 Sinjai baik itu kerjasama dalam hal bisnis, politik, maupun kerjasama dalam hal pekerjaan. Selain itu kerja sama sesama pemilik warkop di

jalan Bawakaraeng, ini dilakukan terkait persoalan harga dan jika bahan pokok pembuatan kopi sudah habis biasanya saling memberi seperti yang di ungkapkan oleh informan Subhan mardi (24 tahun) yang menyatakan bahwa:

“Saya biasanya berkunjung ke warkop Bawakaraeng⁸⁷ yang kebetulan dia duluan berdiri makanya kita biasa menyepakati persoalan harga untuk keseimbangan sesama warkop dan saling menjaga nama baik dan bersaing secara sehat. dan jika bahan pokok biasa habis lantas masih ada penunjang meminta kopi kami biasanya meminta dulu Bawakaraeng⁸⁷. “

b) Proses Disosiatif

1. Kompetisi (*competition*)

Kompetisi adalah keberhasilan aktivitas individu membatasi atau mencegah keberhasilan aktivitas individu lain, maksudnya masing-masing individu berusaha untuk saling mengungguli di dalam mencapai tujuan yang sama. Terkait sesama pelanggan warkop kita tidak serta merta menghina atau menjelekkkan warkop lain dan saling menjaga nama baik identitas warkop tersebut

Persaingan dalam dunia usaha terkhusus dalam usaha warung kopi menuntut para pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam mengembangkan usahanya. Di zaman sekarang ini tidak hanya kopi yang sebuah fasilitas juga merupakan hal pokok yang dijadikan para pelaku usaha warkop sebagai alat untuk menarik pengunjung. Warkop di jalan Bawakaraeng Sinjai juga menyediakan fasilitas, diantaranya *Wi-Fi HotSpot*, sebuah teknologi jaringan internet tanpa kabel (*online*) yang tersedia secara gratis untuk para pengunjung, *Tv Cable*, merupakan sistem televisi yang mencakup saluran dari penjuru dunia dan *LCD Proyektor* sebagai alat penyambung tampilan yang lebih besar demi kepuasan pengunjung.

seperti yang di ungkapkan oleh informan Randi (17 tahun) yang menyatakan bahwa:

“Saya suka nongkrong di café Musikini sementara biasanya teman ku di warkop Bawakaraeng⁸⁷ tapi kita tidak saling menghina tempat nongkrong apalagi saling berdekatan dan itu kita tetap berinteraksi apalagi jaraknya dekat sekali. meskipun beda pilihan dan keinginan kami tetap menjaga persamaan sesama pelanggan.

Diantara Warkop di jalan bawakaraeng terdapat persamaan bentuk persaingan yaitu sama-sama menyediakan fasilitas *Wi-fi HotSpot* secara gratis, kemudian juga terdapat perbedaan yang jelas selain suasana yang dimilikinya, yaitu desain latar harga. Hal ini masing-masing dapat menjadi perhatian masyarakat untuk berkunjung, tergantung pada ketertarikan setiap orang.

Persaingan antar pengunjung maupun pelanggan Warkop di jalan Bawakaraeng hanya terjadi dalam waktu-waktu tertentu. Sebagaimana penulis mengamati adanya sebuah pesaingan antar pelanggan maupun antar pemilik dalam memecahkan suatu masalah dengan jalan berdiskusi di warkop ini.

Dalam hal ini peneliti juga mengungkit persaingan yang terjadi antar pengelola warkop. Melihat letak Warkop yang saling berdekatan seperti warkop Bawakaraeng⁸⁷, Musikini dan Dg.Sija. Mulai dari menjaga kebersihan warkop, pelanggan, menu desain tempat sampai penyediaan fasilitas merupakan bentuk-bentuk pertentangan ini. Hal ini sebagaimana yang dikatakan oleh Pemilik Warkop Afur Lasari (35 tahun) yang menyatakan bahwa:

“tentunya ada bentuk persaingan dengan warkop Musikin dan Dg.Sija, kalau kami disini lebih mengutamakan menjaga kebersihan dan pelayanan yang baik demi kenyamanan pengunjungtau pelanggan kami desain bahkan menu dan harga kopi pun serta selera pelanggan.

2. Konflik

. Bagi remaja keberadaan warung kopi atau cafe tidak hanya sebagai pemuas rasa lapar, melainkan sebagai sarana untuk membangun kehidupan sosial, nongkrong, atau hangout. Aktivitas minum kopi di warung kopi atau cafe juga sebagai sarana mengkonfirmasi identitas dan kebanggaan bagi remaja peminum kopi.

Tidak jarang berbagai permasalahan terjadi perbedaan pendapat antar pelanggan dan karyawan warung kopi. Kesalahan atau miskomunikasi sering terjadi pada saat pemesanan minuman sehingga pelanggan kadang merasa tidak nyaman. Seperti yang dikatakan Sulman (18tahun)

Saya pernah pesan minuman tapi minuman yang di antarkan kesaya tidak sesuai dengan pesanan, saya minta ganti tapi karyawannya tidak tahu karna dia hanya di suruh untuk membawakan minuman oleh si pembuat minumannya

Adanya budaya ngopi tersebut telah melahurkan pola interaksi langsung antar sesama. Maka dengan berbagai permasalahan remaja dan pelanggan lainnya yang diobrolkan, warung kopi atau cafe ibarat wadah atau ruang publik dengan berbagai informasi dari beragam kalangan. Hal ini menunjukkan bahwa warung kopi dan cafe merupakan tempat yang enak dan nyaman untuk kumpul, diskusi maupun hanya sekedar nongkrong saja.

2. Yang melatar belakangi anak remaja berperilaku konsumtif di warkop Bawakaraeng⁸⁷

a. Perilaku Konsumtif Remaja

Masa remaja merupakan masa peralihan, dan masa mencari identitas diri. Dimana masa peralihan ini tahap perkembangan menuju tahap berikutnya secara

berkesinambungan. Pada masa ini remaja bukan lagi seorang anak dan juga bukan seorang dewasa. Masa ini merupakan masa yang strategis, karena memberi waktu kepada remaja untuk membentuk gaya hidup dan menentukan pola perilaku, nilai-nilai, dan sifat-sifat sesuai dengan yang diinginkannya. Hal yang membentuk gaya hidup dapat dilihat dari kegiatan maupun kebiasaan yang sering dilakukan. (Hurlock, 1994:121)

Mayoritas gaya hidup yang dilakukan oleh para remaja penikmat warung kopi menghabiskan waktunya dengan melakukan kegiatan bersama teman-temannya, yaitu mulai dari melakukan kegiatan mengkonsumsi kopi, dan bermain game online. Selain dari kegiatan tersebut, ada juga kegiatan menonjol lainnya yang dilakukan oleh beberapa remaja ini, yaitu menghabiskan waktunya di warung kopi. Contohnya adalah Wanto (18 tahun) dia mengatakan:

“Saya biasa menghabiskan waktu dengan nongkrong di warkop ini, dengan menonton film, bermain game, mengobrol dengan teman-teman dan mengkonsumsi kopi serta cemilannya.”

Gaya hidup yang dilakukan oleh para remaja ini mempengaruhi perubahan perilaku dan sikap yang masih dalam masa perkembangan. Terutama dalam gaya hidup remaja dalam perilaku konsumtif yang mereka lakukan menimbulkan gaya hidup santai. Gaya hidup santai ini sudah menjadi bagian dari kebutuhan yang ingin mereka capai dan sudah melekat bagi remaja ini dalam kegiatan sehari-hari mereka.

Pengetahuan mengenai perilaku mengkonsumsi kopi oleh remaja pengunjung warkop bawakaraengi adalah secangkir kopi akan lebih nikmat bila diminum bersama-sama, dengan mengobrol, bercanda, merokok, dengan suasana

dan tempat yang nyaman yang didukung fasilitas wifian, dan lokasi yang strategis. Selain itu juga sebagai tempat yang nyaman untuk menghibur diri karena permasalahan yang dialami. Perilaku nongkrong di warkop ini merupakan aktivitas yang dapat memenuhi keinginan dalam memperluas pergaulan, serta menampilkan pribadi ke muka publik dilihat dari segi gaya hidup dimana hal tersebut dapat mengundang perhatian banyak orang mengenai status sosial.

Berikut merupakan motivasi remaja yang sering berkunjung dalam melakukan perilaku konsumtif mengkonsumsi kopi yang ditemukan dalam penelitian ini.

Pertama, ingin bertemu, mengobrol, dan berkumpul dengan teman-temannya. Remaja seperti ini suka menghabiskan waktunya dengan berkumpul dan berbagi cerita kesesama temannya, entah itu mengobrolkan sesuatu yang berkaitan dengan hobi, masalah pribadi, atau minta saran bersama teman-temannya bersamaan. Hal ini serupa dengan tujuan mayoritas remaja pengunjung warkop bawakaraeng⁸⁷. terutama yang dilakukan oleh Andi (19 tahun).

“Dia merasa ada yang kurang jika tidak berkunjung di warkop bawakaraeng⁸⁷ dan bertemu serta berbicara panjang lebar dengan teman-temannya.”

Kedua, menghilangkan rasa jenuh, dan menganggur ketika berada dirumah, dan mencari susana baru dengan berada ditempat ngopi. Kebanyakan dari remaja ini memiliki waktu luang yang bisa dikatakan berlebihan. Setelah pulang sekolah mereka tidak ada kegiatan lain, jadi waktu luang yang mereka miliki lebih digunakan untuk pergi nongkrong. Dengan alasan dari pada merasa

jenuh atau bosan di rumah mereka lebih baik pergi keluar mencari suasana baru dengan pergi ngopi bersama teman-teman. Seperti yang di katakana Dayat (17 tahun) yang mengatakan:

“Kenikmatan kopi ataupun minuman yang ada di warkop bawakaraeng⁸⁷ ini lebih terasa ketika dinikmati bersama-sama, makanya setiap hari bahkan setiap pulang sekolah kami sering janji-janji untuk sama-sama berkunjung di warkop ini.” lumayan bisa berkumpul dengan teman-teman dari pada dirumah tidak kerjaan dan temannya.

Remaja lebih suka mencari rokok dan minuman kopi di warung kopi atau cafe karena ingin merasakan suasana ketika meminum kopi dan merokok di tempat mereka mengkonsumsi kopi. Selain itu mereka juga merasa siapa tahu ada teman mereka yang sudah ada ditempat ngopi dan bisa bertemu serta mengobrol disana.

Ketiga, sebagai tempat pelarian karena merasa tidak nyaman dengan keadaan keluarga yang dialami. Ada beberapa remaja dalam penelitian ini yang merasa tidak begitu nyaman dengan keluarganya, entah itu dengan permasalahan yang sering dihadapi atau bahkan merasa tidak nyaman dengan perhatian yang diberikan oleh keluarga terhadap mereka. Hal ini seperti yang dialami oleh Ihksan (16 tahun) mengatakan bahwa

“merasa tidak begitu nyaman dengan permasalahan yang dialaminya dalam keluarga, berkunjung di warkop bawakaraeng⁸⁷ sebagai tujuan untuk menghibur diri. di karenakan tidak diperbolehkan untuk mengkonsumsi kopi dan rokok, merasa tidak nyaman dengan perhatian yang diberikan oleh keluarganya tersebut. Maka dari itu melakukan kegiatan mengkonsumsi kopi dan merokok ditempat ngopi biar merasa lebih nyaman ketika mengkonsumsi.”

Keempat, mengambil dokumentasi yang berupa foto-foto yang kemudian diunggah ke media sosial. Dengan majunya teknologi informasi menjadikan media sosial tempat ajang pameran bagi remaja. Hal ini seperti yang dilakukan oleh Maya (17 tahun) mengatakan:

“Dia berkunjung di warkop atau ngopi disebut warung kopi ataupun cafe kemudian dijadikan sebuah status atau mengunggah foto ketika sedang ngopi. Kegiatan ini dia lakukan untuk menunjukkan bahwa dia telah melakukan kegiatan ngopi di warung kopi atau cafe tersebut dan pada hari itu juga untuk ditunjukkan kepada teman-temannya”

Motivasi yang paling kuat pada saat tertentu akan menjadi daya dorongan yang menggerakkan seseorang untuk berperilaku ke arah tercapainya tujuan. Apabila tujuan tersebut sudah terpenuhi, maka kekuatan tujuan tersebut akan bergeser pada tujuan lain pula. Hal ini sesuai dengan asumsi yang menyatakan bahwa tindakan yang dilakukan remaja pengunjung warkop Bawakaraeng⁸⁷ bukanlah tanpa tujuan, mereka memiliki tujuan yang ingin mereka capai dengan menggunakan cara-cara yang dianggap oleh mereka pantas dilakukan yaitu menggunakan kegiatan mengkonsumsi kopi untuk bertemu, mengobrol, bercanda dengan teman-temannya, sebagai pelampiasan ketika ada permasalahan, dan menikmati minuman kopi dan suasana yang ada di warkop. Perilaku ini dilakukan oleh remaja pengunjung warkop sebenarnya tak lain lagi diseting melalui fasilitas-fasilitas dan nilai tambahan yang telah ditawarkan oleh sebuah para pemilik warkop. Seperti yang ada dalam lokasi penelitian ini adalah warung kopi Bawakaraeng 87.

B. Pembahasan

1. Pola interaksi antar pelanggan di warung kopi bawakaraeng⁸⁷

Persaingan dalam dunia usaha terkhusus dalam usaha warung kopi menuntut para pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam mengembangkan usahanya. Di zaman sekarang ini tidak hanya kopi yang sebuah fasilitas juga merupakan hal pokok yang dijadikan para pelaku usaha warkop sebagai alat untuk menarik pengunjung. Warkop di jalan Bawakaraeng Sinjai juga menyediakan fasilitas, diantaranya *Wi-Fi HotSpot*, sebuah teknologi jaringan internet tanpa kabel (*online*) yang tersedia secara gratis untuk para pengunjung, *Tv Cable*, merupakan sistem televisi yang mencakup saluran dari penjuru dunia dan *LCD Proyektor* sebagai alat penyambung tampilan yang lebih besar demi kepuasan pengunjung.

Interaksi yang terjadi berkaitan dengan warkop di jalan Bawakaraeng Sinjai mencakup semua bentuk interaksi sosial, baik yang berupa kerjasama, persaingan, pertikaian, akomodasi maupun asimilasi dapat ditemui di warkop ini pada waktu-waktu tertentu.

Berdasarkan hasil observasi, pengunjung yang datang berasal dari berbagai kalangan dan profesi, dari remaja hingga orangtua, dari anak sekolah hingga pegawai dan setingkat pejabat, bahkan seorang ibu-ibu juga tak luput menjadi pengunjung di warkop ini.

a. Pola Asosiatif

1. Kerja Sama

Kebanyakan pengunjung maupun pelanggan sering melakukan kerjasama antar individu dengan individu. Di waktu-waktu tertentu juga terdapat jenis

kerjasama selain itu, sebagai contoh yaitu kerjasama yang dilakukan pendiri warkop Bawakaraeng⁸⁷ Sinjai dengan pelanggan yang bersifat membangun maupun kritikan dalam pelayanan.

Perilaku pelanggan Warkop di jalan Bawakaraeng Sinjai adalah membentuk suatu gaya hidup dan komunitas. Secara khusus adalah bersantai dengan meminum kopi sambil nonton lewat *tv cable* yang tersedia, berdiskusi atau ngobrol sambil minum kopi, maupun menggunakan laptop atau gadget sambil minum kopi.

2. Akomodasi

Warkop di Jalan Bawakaraeng sangat beragam, mulai dari warkop Dg Mos, Café 179 dan BWK 87 Sinjai. Warkop Dg Mos mulai beroperasi di tahun 2016 yang di dirikan oleh Mansur Massa yang merupakan usaha keluarga yang menyediakan kopi, jus dan makanan yang berkisar 15 ribu sampai 18 ribu. Sementara warkop Café 179 yang mulai beroperasi di tahun 2018 yang merupakan usaha keluarga yang di dirikan oleh Subhan mardin yang menyediakan kopi susu dan greentea yang berkisar 13 ribu.

Sedangkan BWK 87 di Jalan Bawa Karaeng kabupaten Sinjai mulai beroperasi tahun 2009. Warkop BWK 87 merupakan sebuah usaha kopi yang berdiri sendiri dan didirikan oleh Afur lasari merupakan usaha keluarga yang menyediakan kopi, teh dan soft drink yang sangat murah berkisar 10 ribuan.

Warkop BWK 87 Sinjai dapat menampung lebih dari 50 orang pengunjung, dan total pengunjungnya dalam sehari mencapai sekitar 50 sampai 100 orang, jumlah ini melebihi dari cukup untuk sebuah tolak ukur kesuksesan

usaha warkop di kota kabupaten. Sedangkan pengunjung warkop Dg Mos pengunjung kurang lebih 50 orang dan warkop Café 179 jumlah pengunjung berkisar 25-30 orang perhari.

b. Pola Disosiatif

1. Kompetisi

Diantara Warkop di jalan bawakaraeng terdapat persamaan bentuk persaingan yaitu sama-sama menyediakan fasilitas *Wi-fi HotSpot* secara gratis, kemudian juga terdapat perbedaan yang jelas selain suasana yang dimilikinya, yaitu desain latar harga. Hal ini masing-masing dapat menjadi perhatian masyarakat untuk berkunjung, tergantung pada ketertarikan setiap orang.

Terkait sesama pelanggan warkop kita tidak serta merta menghina atau menjelekkkan warkop lain dan saling menjaga nama baik identitas warkop tersebut.

2. Konflik

Bagi remaja keberadaan warung kopi atau cafe tidak hanya sebagai pemuas rasa lapar, melainkan sebagai sarana untuk membangun kehidupan sosial, nongkrong, atau hangout. Aktivitas minum kopi di warung kopi atau cafe juga sebagai sarana mengkonfirmasi identitas dan kebanggaan bagi remaja peminum kopi.

Tidak jarang berbagai permasalahan terjadi perbedaan pendapat antar pelanggan dan karyawan warung kopi. Kesalahan atau miskomunikasi sering terjadi pada saat pemesanan minuman sehingga pelanggan kadang merasa tidak nyaman.

Adanya budaya ngopi tersebut telah melahirkan pola interaksi langsung antar sesama. Maka dengan berbagai permasalahan remaja dan pelanggan lainnya yang diobrolkan, warung kopi atau cafe ibarat wadah atau ruang publik dengan berbagai informasi dari beragam kalangan. Hal ini menunjukkan bahwa warung kopi dan cafe merupakan tempat yang enak dan nyaman untuk kumpul, diskusi maupun hanya sekedar nongkrong saja.

2. Latar belakang remaja berperilaku konsumtif di warung kopi Bawakaraeng⁸⁷

a. Perilaku konsumtif remaja

Mayoritas gaya hidup yang dilakukan oleh para remaja menghabiskan waktunya dengan melakukan kegiatan bersama teman-temannya, yaitu mulai dari melakukan kegiatan mengkonsumsi kopi, dan bermain game online. Selain dari kegiatan tersebut, ada juga kegiatan menonjol lainnya yang dilakukan oleh beberapa remaja ini, yaitu menghabiskan waktunya di warung kopi.

Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Dewasa ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan adanya gejala konsumtifisme, sedangkan konsumtifisme dapat didefinisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli

atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan (Lestari, 2006).

Membeli saat ini sering kali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu. Lebih jauh Kartodiharjo (1995) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sebagai social ekonomi perkembangannya dipengaruhi oleh faktor kultural, pentingnya peran mode yang mudah menular atau menyebabkan produk-produk tertentu. Di samping itu sikap seseorang seperti orang tidak mau ketinggalan dari 10 temannya atau penyakit kultural yang disebut "gengsi" sering menjadi motivasi dalam memperoleh produk. Di jumpai juga gejala sosiopsikologis berupa keinginan meniru sehingga remaja berlomba-lomba yang satu ingin lebih baik dari yang lain. Perilaku konsumtif menciptakan kebiasaan pembelian produk untuk konsumsi tetapi ada motivasi lain.

Konsumtifisme jenis ini cukup banyak contohnya, misalnya berbagai produk dengan merk terkenal sangat disukai meskipun mahal, seperti kemeja "Arrow atau tas Gucci". Produk bukan sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia, akan tetapi lebih berfungsi sebagai lambang yang disebut "Simbol Status". Pendapat yang lain dikemukakan Setiaji (1995) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli sesuatu atau membeli secara tidak terencana. Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya

dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

Perubahan perilaku kehidupan remaja saat ini sangat gampang terjadi. Kemajuan jaman telah banyak mempengaruhi hal tersebut. Dari mudahnya masyarakat mencari tempat hiburan seperti kafe, kemajuan teknologi, dan tersedianya barang modern dan jasa (kafe, salon, fitness center, dll) dalam jumlah yang banyak. Menuntun remaja berperilaku konsumtif, dan hal itu kini sudah menjadi gaya hidup (life style) bagi mereka.

Selain dari adanya keinginan seseorang untuk mengikuti budaya populer (budaya yang muncul dari proses industrialisasi dan komersialisasi yang bisa saja menggeser budaya asli yang ada saat itu dimasyarakat, bersifat sementara dan biasanya mengalami proses forgetting (dilupakan oleh pengikutnya) ketika muncul budaya populer baru yang lebih menarik dan banyak diminati orang), yaitu :

- a. Warkop sebagai tempat bersantai, setelah seharian beraktifitas, kafe merupakan pilihan utama untuk melepas penat atau lelah.
- b. Warkop sebagai arena bisnis, banyak orang yang melirik usaha kafe ini, karena penikmatnya dari semua kalangan dan keuntungan yang didapatkan

sangat menggiurkan. Warkop juga bisa digunakan sebagai tempat rapat deal bisnis, pencari partner kerja, dan lain-lain.

- c. Warkop sebagai peningkatan gengsi dan life style. Dari interaksi yang dilakukan saat di kafe akan mengakibatkan keinginan peningkatan prestise atau kelas social mereka dengan penampilan yang glamour, gaul, modern atau sebagainya. Antusiasme masyarakat untuk selalu mengikuti perkembangan jaman untuk peningkatan prestise dan gengsi, serta merupakan Life Style. Hal ini dilakukan untuk memperoleh posisi sosial.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Pola interaksi antar pelanggan warung kopi bawakaraeng⁸⁷

Dari hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa, ada berbagai motivasi yang melatar belakangi kenapa para remaja berperilaku konsumtif. Selain untuk bercengkrama bersama teman-teman, dengan adanya wifi menjadikan warkop digemari bagi para remaja yang ingin mendapatkan internet gratis dan duduk berjam jam baik untuk mengerjakan tugas ataupun hal lainnya. Serta suasana serta konsep dari warkop yang menarik juga menjadi faktor banyak dikunjungi oleh para remaja.

2. Latar belakang remaja berperilaku konsumtif di warung kopi bawakaraeng⁸⁷

Dengan begitu banyaknya kenyamanan yang ditawarkan oleh warkop semakin membuat orang termotivasi untuk berkunjung dan menghabiskan waktu di warkop. Remaja tidak lagi mengunjungi warkop hanya untuk secangkir kopi tetapi untuk menaikkan gengsi mereka. Banyak juga kalangan remaja hanya sekedar ikut-ikutan. Tentu saja hal tersebut akan mendorong perilaku konsumtif kalangan remaja. Dimana seperti yang diketahui bahwa perilaku konsumtif dapat menimbulkan pola hidup yang boros dan juga kecemburuan sosial dan ini juga dapat menimbulkan suatu tindakan dimana para remaja lebih banyak mengonsumsi suatu barang atau jasa tanpa memikirkan kebutuhan yang diperlukan dimasa yang akan datang

B. Saran

Berdasarkan dari penelitian ini, penulis menyarankan agar penelitian - penelitian yang akan dilakukan selanjutnya dari perspektif sosiologi maupun perspektif lainnya dapat melakukan kajian yang lebih komprehensif tentang Perilaku konsumtif remaja di warkop. Fenomena perilaku konsumtif remaja di warkop menarik dan tidak kalah penting karena dalam proses perkembangannya sampai saat ini seringkali menimbulkan banyak pertanyaan yang menuntut untuk dilakukannya sebuah kajian agar dapat menjawab pertanyaan yang timbul tersebut.

Namun penelitian tentang perilaku konsumtif remaja dari disiplin sosiologi masih kurang dari cukup untuk dijadikan sebagai rujukan untuk penelitian dengan perspektif sosiologi selanjutnya, ini pula yang menjadi kendala dari penelitian ini. Maka, penulis menyarankan agar para peneliti selanjutnya dapat menggunakan teori - teori sosiologi sebagai pisau analisa agar disiplin sosiologi dapat semakin berkembang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A. 2007. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ali, Mohamad dan Asrori, Mohamad. 2004. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baudrillard, Jean P. 2004. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Creswell, J. W. (2010). *Research design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Dimiyati, Nur Suffi. *Komunitas Kafe Sebagai Gaya Hidup (Studi Tentang Motif Mahasiswa dan Kontruksi Kuliner Kafe di Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ushuluddin UTN Sunan Kalijaga.
- Gerungan, W.A. 2004. *Psikologi Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Gunarsa, Singgih D. 2004, *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta : Gunung Mulia.
- Herlyana, Elly. (2012). *Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda*. Jurnal THAQĀFIYYĀT, Vol. 13, No. 1 Juni 2012.
- Hurlock, Elizabeth .B. 1992. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta. Erlangga.
- Kartodiharjo, S. 1995. *Konsumerisme dan Perlindungan Konsumen*. Surakarta: MUP.
- Krisyanto, Rachmat. 2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenadan Media Group.
- Lestari,A. 2006. Ada Perbedaan perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Berkepribadian Ekstrovert dengan Mahasiswa yang Berkepribadian Introvert. *Skripsi*. (Tidak Diterbitkan). Sumatera Utara: Fakultas Psikologi universitas Sumatera Utara.
- Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1990
- Monks, dkk. 1994. *Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta: University Press NY: Holt, Rinehart and Winston, Inc.

- Nawawi, Hadari. 1993. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Partowisastro, Koestoer, 2003 *Dinamika Psikologi Sosial*, cet. I, Jakarta: Erlangga.
- Ripstein, Arthur.(1987, December). "Commodity Fetishism".Canadian Journal of Philosophy Vol. 17 (4), 733-748.
- Rumini, Sri dan Siti Sundari. 2004. *Perkembangan Anak dan Remaja*. PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Salendra. (2014). Coffee Shop as a Media for Self-Actualization Today's Youth. Jurnal Messenger, Volume VI, Nomor 2, Juli 2014
- Santoso, 2010. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Bandung : Refika Aditama.
- Santrock, J.W. 2003. *Adolescence Perkembangan Remaja*. Edisi Keenam. (Terjemahanoleh Shinto B. Adelar dan Sherly Saragih). Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, 2006. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Setiaji, B. 1995. *Konsumerisme*. Surakarta: MUP.
- Soerjono, Soekanto. 1990. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Rajawali
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Yin, Robert.K 1997. *Studi Kasus (Desain dan Metode)*. Jakarta: Grafindo Persada.

L

A

M

P

I

R

A

N



PEDOMAN WAWANCARA

A. Edintias Informan

Nama :

Alamat :

Umur :

Pekerjaan :

Agama :

B. Daftar Pertanyaan

1. Bagaimana pola interaksi yang terjadi di warkop Bawakaraeng87?
2. Bagaimana bentuk interaksi yang etjadi di warkop Bawakaraeng87?
3. Apa kebiasaan anda saat berkunjung di warkop Bawakaraeng87?
4. Mengapa anda suka berkunjung di warkop Bawakaraeng87?
5. Seberapa sering anda berkunjung di warkop Bawakaraeng87?
6. bagaimana penilaian anda tentang warkop Bawakaraeng87?

C. Profil Informan Penelitian

1. Informan I

Nama : Afur Lasari

Umur : 35 Tahun

Jenis kelamin : Laki-Laki

Pekerjaan : Pengusaha Warkop

Alamat : Kelurahan Balangnipa

Afur Lasari merupakan pemilik warkop Bawakaraeng87 yang sebagai lokasi penelitian

5. Informan V

Nama : Randi
 Umur : 17
 Jenis kelamin : Laki-laki
 Pekerjaan : Pelajar
 Alamat : Kelurahan Balangnipa

Randi ini merupakan salah satu Pelajar yang sering berkunjung di warkop

Bawakaraeng87

6. Informan VI

Nama : Sulman
 Umur : 18
 Jenis kelamin : Laki-laki
 Pekerjaan : Pelajar
 Alamat : Kelurahan Balangnipa

Sulman merupakan pelajar yang juga sering nongkrong di warkop

Bawakaraeng87

7. Informan VII

Nama : Wanto
 Umur : 18
 Jenis kelamin : Laki-laki
 Pekerjaan : Pelajar
 Alamat : Kelurahan Balangnipa

Jamaluddin merupakan salah satu Masyarakat yang ada di Dusun Pulau bangko-Bangkoang.

8. Informan VIII

Nama : Dayat
 Umur : 17 Tahun
 Jenis kelamin : laki-laki
 Pekerjaan : Pelajar
 Alamat : Kelurahan Balangnipa

Dayat Salah satu anak remaja yang berperilaku konsumtif di warkop

9. Informan IX

Nama : Maya
 Umur : 17 Tahun
 Jenis kelamin : Perempuan
 Pekerjaan : Pelajar
 Alamat : Kelurahan Balangnipa

Maya Salah satu anak remaja yang Suka berkunjung di warkop

Bawakaraeng

10. Informan X

Nama : Ihksan
 Umur : 16 Tahun
 Jenis kelamin : Laki-laki
 Alamat : Kelurahan Balangnipa

Ihksan Salah satu anak remaja yang menjadikan warkop sebagai tempat mencari ketenangan untuk merokok.

DOKUMENTASI PENELITIAN









بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

: 2760/05/C.4-VIII/VI/40/2021

01 Dzulqa'dah 1442 H

: 1 (satu) Rangkap Proposal

11 June 2021 M

: Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth.

Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel

Cq. Kepala UPT P2T BKPMMD Prov. Sul-Sel

di –

Makassar

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 5714/FKIP/A.4-II/VI/1442/2021 tanggal 10 Juni 2021, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : **MUSYAFIR**

No. Stambuk : **10538 313814**

Fakultas : **Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan**

Jurusan : **Pendidikan Sosiologi**

Pekerjaan : **Mahasiswa**

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul :

"Interaksi Sosial di Warkop BAWAKARAENG87 terhadap Perilaku Konsumtif Remaja (Studi Deskriptif Konsumen Warkop Bawakaraeng87 pada Remaja di Kelurahan Balangnipa Kecamatan Sinjai Utara Kabupaten Sinjai)"

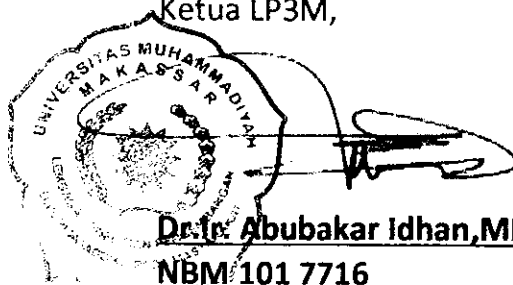
Yang akan dilaksanakan dari tanggal 12 Juni 2021 s/d 12 Agustus 2021.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan Jazakumullahu khaeran katziraa.

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Ketua LP3M,



Dr. Ir. Abubakar Idhan, MP.
NBM/101 7716



1 2 0 2 1 1 9 0 0 9 0 0 0 2 2 1

PEMERINTAH KABUPATEN SINJAI DINAS PENANAMAN MODAL & PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Alamat : Jalan Persatuan Raya No. 116, Kelurahan Biringere Kabupaten Sinjai Telpn : (0482) 21069 Fax : (0482) 22450 Kode Pos : 92612 Kabupaten Sinjai

Nomor : 1003/16/01/DPM-PTSP/VI/2021
Sifat : Biasa
Lampiran : -
Perihal : Izin Penelitian

Yth.

1. Lurah Balangnipa Kec. Sinjai Utara Kab. Sinjai
2. Pemilik Warkop 87 Bawakaraeng Kec. Sinjai Utara Kab. Sinjai

Di
Tempat

Berdasarkan Surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan, Nomor : 16038/S.01/PTSp/2021, Tanggal 14 Juni 2021 Perihal Penelitian .
Bahwa Mahasiswa/Peneliti yang tersebut di bawah ini :

Nama : MUSYAFIR
Tempat / Tanggal Lahir : Sinjai/26 Juni 1996
Nama Perguruan Tinggi : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
NIM : 10538313814
Program Studi : PENDIDIKAN SOSIOLOGI
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Pekerjaan : Mahasiswa (S1)
Alamat : Jl. Bunyi Kurnyi, Kel./Desa Balangnipa, Kecamatan Sinjai Utara, Kabupaten Sinjai

Bermaksud akan Mengadakan Penelitian di Daerah/Instansi Saudara Dalam Rangka Penyusunan Skripsi, Dengan Judul : INTERAKSI SOSIAL DI WARUNG KOPI BAWAKARAENG 87 TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF REMAJA (STUDI DESKRIPTIF KONSUMEN WARKOP BAWAKARAENG 87 PADA REMAJA DI KELURAHAN BALANGNIPIA KECAMATAN SINJAI UTARA KABUPATEN SINJAI)

Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. 14 Juli s/d 14 Agustus 2021
Pengikut : -

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan yang bersangkutan harus melaporkan diri kepada instansi tersebut di atas;
2. Kegiatan tidak boleh menyimpang dari masalah yang telah diizinkan semata-mata kepentingan pengumpulan data;
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan dan mengindahkan adat istiadat setempat;
4. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Laporan kepada instansi tersebut di atas; dan
5. Menyerahkan 1 (satu) berkas copy hasil Laporan kepada Bupati Sinjai Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kabupaten Sinjai.

Demikian Surat Izin Penelitian ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Kabupaten Sinjai
Pada tanggal : 25 Juni 2021

a.n. **BUPATI SINJAI**
KEPALA DINAS,



LUKMAN DAHLAN, S.IP, M.Si

Pangkat : Pembina Utama Muda / IVc
NIP : 197011301990031002

Tembusan disampaikan kepada Yth :

1. Bupati Sinjai (sebagai laporan);
2. Ketua LP3M UNISMUH Makassar
3. Camat Sinjai Utara Kab. Sinjai
4. Yang Bersangkutan (Musyafir)
5. Arsip

Musyafir 10538313814

by Tahap Skripsi -



Submission date: 14-Sep-2021 08:25AM (UTC+0700)

Submission ID: 1647885772

File name: Musyafir_10538313814_3.docx (804.52K)

Word count: 12872

Character count: 84126

ORIGINALITY REPORT

23%
SIMILARITY INDEX

23%
INTERNET SOURCES

0%
PUBLICATIONS

2%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

| Rank | Source | Percentage |
|------|---|------------|
| 1 | jurnal.uns.ac.id Internet Source | 5% |
| 2 | repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source | 4% |
| 3 | sulselprov.go.id Internet Source | 3% |
| 4 | student.research.ummm.ac.id Internet Source | 3% |
| 5 | core.ac.uk Internet Source | 3% |
| 6 | pontianakopi.wordpress.com Internet Source | 2% |
| 7 | simdos.unud.ac.id Internet Source | 2% |

Exclude quotes

Exclude matches 2%

Exclude bibliography



RIWAYAT HIDUP



Musyafir, lahir di Kelurahan Balangnipa pada tanggal 26 Juni 1996 yang merupakan anak ke satu dari Dua bersaudara, buah hati dari pasangan yang berbahagia Bapak H. M Tahir dan Ibu Hj Salbiah. Pendidikan formal dimulai dari SDN 3 Sinjai 2002 dan tamat pada tahun 2008. Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMP Negeri 1 Sinjai dan tamat pada tahun 2011. Pada tahun 2011 penulis melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 2 Sinjai dan tamat pada tahun 2014. Pada tahun 2014 penulis diterima sebagai mahasiswa pada Program Studi Pendidikan Sosiologi Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Makassar melalui ujian Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB).