

***Nongkrong di Warung Kopi Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa di Mato Kopi
Yogyakarta***

Oleh:

Dea Ayu Pramita & V. Indah Sri Pinasti, M.Si.

deapramita14@gmail.com

Pendidikan Sosiologi – Fakultas Ilmu Sosial – Universitas Negeri Yogyakarta

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan tentang bagaimana gaya hidup *nongkrong* di warung kopi pada kalangan mahasiswa Yogyakarta dan faktor-faktor yang melatarbelakanginya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian *Nongkrong di Warung Kopi Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa di Mato Kopi Yogyakarta* adalah kualitatif deskriptif. Informan penelitian dipilih menggunakan *purposive sampling* berdasarkan beberapa kriteria, yaitu seorang mahasiswa dan memiliki kebiasaan *nongkrong* minimal 2 kali seminggu. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses analisis data penelitian ini menggunakan analisis dari Miles dan Hoberman, mulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, hingga proses penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *nongkrong* di warung kopi merupakan gaya hidup mahasiswa. Ketika *nongkrong*, mahasiswa memiliki berbagai aktivitas meliputi menikmati suasana, mengerjakan tugas, membaca buku, bercengkerama dengan teman, rapat, bermain kartu, dan bermain musik. Kebiasaan *nongkrong* di malam hari membuat mahasiswa terlihat mengantuk di pagi hari. Mahasiswa *nongkrong* di Mato Kopi hampir setiap hari dengan durasi *nongkrong* 3 - 15 jam. Mahasiswa *nongkrong* di warung kopi untuk berkumpul dan berinteraksi dengan teman-temannya. Faktor yang melatarbelakangi *nongkrong* di warung kopi sebagai gaya hidup mahasiswa terdiri dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi (1) motif dan (2) pengalaman dan pengamatan. Faktor eksternal meliputi (1) kelompok referensi, (2) kelas sosial, dan (3) budaya masyarakat sekitar rumah yang memiliki kebiasaan *nongkrong* di warung kopi sekitar rumah.

Kata Kunci: *nongkrong*, gaya hidup, mahasiswa

Hanging Out at Coffee Shop as Students's Lifestyle in Mato Kopi Yogyakarta

By:

Dea Ayu Pramita & V. Indah Sri Pinasti, M.Si.

deapramita14@gmail.com

Pendidikan Sosiologi – Fakultas Ilmu Sosial – Universitas Negeri Yogyakarta

ABSTRACT

This research aims at understanding how the hanging out lifestyle at coffee shop in Yogyakarta among the students and its factors. This study employed qualitative methode approach.. Informants were selected using purposive sampling techniques based on criteria such as students who have a habit of hanging out at least 2 times a week. Data collection technique was gained through observations, interviews, and documentations. Qualitative data analysis technique used interactive analysis consisting of data collection, data reduction, data display, and verification. The result of this research showed that hang out at the coffee shop is a lifestyle of students. When hanging out, students have a wide range of activities include enjoying the atmosphere, doing some works, reading books, chatting with friends, meeting, playing cards, and playing music. The habit of hanging out in the evenings to make students look sleepy in the morning. Students hang out in Mato Kopi almost every day with a duration of hanging out for 3-15 hours. Students hang out in a coffee shop transform and converge and interact with their friends. The internal factors behind hanging out at the coffee shop as a lifestyle of students are (1) motif, and (2) the experience and observations. Then external factors are (1) the reference group, (2) social class, and (3) cultural communities around the house that has a habit of hanging out at the coffee shop around the house.

Key Words: hanging out, lifestyle, students

A. PENDAHULUAN

Kopi merupakan minuman yang lazim dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Aroma kopi yang khas memiliki daya tarik tersendiri untuk dikonsumsi. Kopi pertama kali ditanam dan tumbuh di Ethiopia. Sejarah kopi di Indonesia diawali dari Belanda yang sedang menjajah Indonesia. *By the mid – 1850s coffee productions in the Netherland East Indies had over taken that of India and Ceyla, making Java the largest supplier of beans to yhe European market* (Teggia, 2003: 28). Sejak zaman penjajahan Belanda hingga sekarang, usaha di bidang kopi tidak pernah punah. Setelah Indonesia merdeka, bangsa Indonesia sudah mampu memproduksi kopi-kopi berkualitas baik. Indonesia merupakan negara penghasil kopi ketiga terbesar di dunia setelah Brasil dan Vietnam dengan total produksi 748 ribu ton atau 6,6% dari produksi kopi dunia pada tahun 2012 (Hartono, 2015). Namun, jumlah konsumsi kopi di Indonesia masih mencapai 300 ribu ton dan masih jauh di bawah negara-negara lain (AEKI).

Indonesia memang masih berada jauh di bawah negara-negara lain dalam mengkonsumsi kopi. Namun, kebiasaan minum secangkir kopi telah dilakukan oleh masyarakat Indonesia sejak dulu. Awalnya minum kopi dilakukan oleh orang tua saat

waktu senggang. Mereka meminum secangkir kopi di warung kopi. Mereka menikmati secangkir kopi dengan diselingi bercengkerama dengan rekannya. Dewasa ini, kebiasaan minum kopi telah menyebar ke masyarakat urban. Mereka menikmati kopi sambil bercengkerama dengan teman dan melakukan aktivitas lain di warung kopi. Kegiatan ini biasa disebut dengan *nongkrong*.

Kebiasaan untuk *kongkow* atau *nongkrong* di warung kopi (*ngopi*) telah menjadi budaya di berbagai wilayah mulai dari Aceh, Makassar, Medan, Bangka, termasuk kota-kota di Pulau Jawa (Ulung, 2011: 5). Gaya hidup *nongkrong* mulai menyebar ke berbagai penjuru kota di Indonesia, seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, hingga Yogyakarta. Beragam warung atau kedai kopi ada di Yogyakarta terutama di daerah sekitar kampus. Berbagai macam warung kopi menawarkan konsep sederhana hingga modern. Mahasiswa lebih memilih warung kopi yang sederhana. Oleh karena itu, pada penelitian ini peneliti tertarik untuk mengkaji *nongkrong* di warung kopi sebagai gaya hidup mahasiswa di Mato Kopi Yogyakarta. Mato Kopi terletak di Jalan Selokan Mataram, Catur Tunggal, Depok, Sleman, DIY. Konsep yang ditawarkan Mato Kopi sangat sederhana. Mato Kopi tidak memiliki fasilitas *wifi*,

game, atau kursi yang nyaman. Namun, konsep yang ditawarkan adalah kesederhanaan dan keakraban.

Mahasiswa Yogyakarta memilih *nongkrong* di warung kopi menjadi gaya hidup mereka. Dimana mereka menghabiskan waktu mereka untuk *nongkrong* di warung kopi dan mereka memiliki ketertarikan dengan dunia kopi. Di Mato Kopi, dari tahun ke tahun mengalami peningkatan jumlah pengunjung, yang notabene sebagian besar adalah mahasiswa. Setiap malam para mahasiswa menghabiskan waktu untuk *nongkrong* di warung kopi. Kebiasaan ini sepertinya sudah melekat dan menjadi aktivitas sehari-hari mahasiswa. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana kebiasaan *nongkrong* di warung kopi bisa menjadi gaya hidup mahasiswa dan faktor apa saja yang melatarbelakanginya.

B. KERANGKA TEORI

1. Fenomena Ngopi Hingga Nongkrong di Warung Kopi

Awalnya *ngopi* merupakan kebiasaan orang dewasa di pedesaan yang menikmati kopi dalam segala macam bentuk aktivitas sosialnya, mulai dari rumah, di kebun, di pengajian, bahkan di kedai sekalipun (Prasojo, 2014). *Ngopi* adalah aktivitas minum secangkir kopi

yang dilakukan baik individu maupun kelompok yang di dalamnya terdapat aktivitas sosial. Kini kebiasaan *ngopi* telah berubah menjadi kebiasaan *nongkrong* di warung kopi pada masyarakat urban.

Istilah *nongkrong* dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berasal dari kata *tongkrong* /*tong.krong*/ *me.nong.krong* artinya berjongkok, duduk-duduk saja karena tidak bekerja, berada di suatu tempat. Menurut Mira (2011), *nongkrong* berarti *kongko-kongko* bersama teman, biasanya seumuran, melibatkan pembicaraan dari yang remeh sampai serius, dan biasanya dilakukan di Seven Eleven, kedai kopi, atau kafe. Salah satu tempat *nongkrong* yang banyak dikunjungi mahasiswa adalah warung kopi. Dari sini, dapat disimpulkan bahwa *nongkrong* adalah kegiatan bersantai yang dilakukan individu maupun kelompok di warung kopi.

2. Nongkrong di Kalangan Mahasiswa Yogyakarta

Nongkrong di warung kopi kini menjelma menjadi gaya hidup mahasiswa di kota-kota besar seperti Yogyakarta. Mahasiswa memilih *nongkrong* di warung kopi sambil minum kopi, bersenda gurau, kumpul dengan teman, rapat, hingga mengerjakan tugas. Terlebih lagi di sekitar kampus terdapat berbagai macam bentuk warung kopi yang menawarkan kopi

dengan harga bervariasi. Pada umumnya warung kopi di Yogyakarta buka mulai pukul 17.00 WIB bahkan ada yang dari jam 10.00 WIB (Dimiyati, 2009: 34). Sehingga mahasiswa dengan mudah menghabiskan waktu untuk *nongkrong* dan menikmati secangkir kopi.

3. Gaya Hidup

Gaya hidup menurut kamus sosiologi adalah suatu konsep yang telah digunakan lebih luas untuk menandai selera, sikap, kepemilikan atau perilaku kelompok sosial tertentu yang membedakan dengan kelompok lain (Abercombie, 2010). Menurut David Chaney (2011: 40), gaya hidup membantu memahami (yakni menjelaskan tapi bukan berarti membenarkan) apa yang orang lakukan, mengapa mereka melakukannya, dan apakah yang mereka lakukan bermakna bagi dirinya maupun orang lain. Gaya hidup menurut Nugroho (2008: 148) sebagai cara hidup diidentifikasi bagaimana orang menghabiskan (aktivitas) apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya (pendapat). Ada tiga karakteristik gaya hidup menurut David Chaney, yaitu (1) tampilan luar, (2) kedirian, (3) sensibilitas.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Mato Kopi yang beralamat di Jalan Selokan Mataram, Catur Tunggal, Depok, Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kegiatan pengambilan data dilaksanakan kurang lebih 3 bulan terhitung pada Desember 2015 hingga akhir Februari 2016.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui lebih dalam fenomena *nongkrong* di warung kopi sebagai gaya hidup mahasiswa dan faktor yang melatarbelakanginya.

Sumber data pada penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer berupa hasil wawancara informan dan observasi. sumber data sekunder berupa foto (dokumentasi), berita, surat kabar, data statistik, dan *website*.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi (pengamatan) dimana peneliti berperan sebagai pengamat. Peneliti tidak sepenuhnya sebagai pemeranserta tetapi melakukan fungsi pengamatan (Moleong, 2006: 177). Peneliti mengamati aktivitas yang dilakukan para mahasiswa selama *nongkrong*. Peneliti juga mengumpulkan

data-data dari pihak manajemen Mato Kopi guna melengkapi data penelitian.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara semi-terstruktur. Teknik wawancara semi-terstruktur adalah gabungan antara wawancara terstruktur dan tidak terstruktur. Pewawancara sudah menyiapkan topik dan daftar pertanyaan, pada saat melakukan wawancara pewawancara menanyakan pertanyaan tambahan untuk menggali lebih jauh jawaban partisipan (Sarosa, 2012: 47). Sebagai pendukung data yang peneliti peroleh, peneliti menyertakan dokumen-dokumen, baik dalam bentuk melihat, mencatat ataupun mengabadikan gambar untuk memperoleh gambaran tentang tema terkait. Peneliti mendapat dokumentasi dari pihak manajemen Mato Kopi.

Teknik pemilihan sampel pada penelitian ini adalah sampel bertujuan (*purposive sample*). Kriteria pemilihan informan adalah mahasiswa Yogyakarta baik laki-laki maupun perempuan yang gemar untuk nongkrong di Mato Kopi minimal dua kali seminggu.

Data yang terkumpul diuji keabsahannya dengan teknik triangulasi data. 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, 2006: 330). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teknik dan triangulasi sumber. Pada triangulasi teknik, peneliti menggunakan metode wawancara dan observasi, sehingga peneliti harus mencatat hasil wawancara dengan para informan dan observasi. Selain itu, peneliti juga menggunakan triangulasi sumber. Peneliti mengumpulkan informasi dari wawancara dengan mahasiswa kemudian dikonfirmasi dari sumber lain yaitu hasil wawancara dengan pegawai Mato Kopi.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis data interaktif milik Huberman dan Miles (Denzin, 2009: 592) yang terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

D. PEMBAHASAN DAN ANALISIS

1. *Nongkrong* di Warung Kopi Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Yogyakarta

Saat ini, *nongkrong* di warung kopi sudah menjadi gaya hidup di kalangan mahasiswa. Chaney (2011: 41) mengatakan gaya hidup tergantung pada bentuk-bentuk kultural, masing-masing merupakan gaya, tata krama, cara menggunakan barang-barang, tempat dan waktu tertentu yang merupakan

karakteristik suatu kelompok, tetapi bukanlah keseluruhan pengalaman sosial mereka. Dari pendapat Chaney dapat diketahui bahwa gaya hidup merupakan cara seseorang dalam menggunakan barang, tempat, dan waktu. Saat *nongkrong*, mereka menentukan kopi yang mereka suka, tempat yang mereka anggap cocok, dan waktu sesuai keinginan mereka. Untuk lebih mengetahui bagaimana gaya hidup *nongkrong* di warung kopi pada kalangan mahasiswa Yogyakarta maka bisa dikaji melalui karakteristik gaya hidup yang dijelaskan oleh David Chaney sebagai berikut.

a. Penampakan Luar Gaya Hidup *Nongkrong* di Warung Kopi pada Kalangan Mahasiswa

Bagi mereka yang ikut serta menggunakan dan mengapresiasi diskriminasi praktik gaya hidup, penampakan benda-benda atau hal-hal, orang, ataupun aktivitas akan menjadi aspek persoalan utama (Chaney, 2011: 167). Penampakan dalam gaya hidup *nongkrong* bisa diartikan bagaimana mahasiswa menggunakan barang dalam hal ini adalah kopi sebagai minuman favorit mereka yang memiliki gaya hidup *nongkrong* di warung kopi. Kopi favorit mahasiswa yang memiliki gaya hidup *nongkrong* di Mato Kopi adalah kopi semi, kothok manis, kopi pait, kothok agak

manis, kopassus (kopi pakai susu) dan cokelat *moccacino* panas.

Gaya hidup *nongkrong* di warung kopi pada kalangan mahasiswa bisa terlihat dari aktivitas yang mereka lakukan ketika *nongkrong*. Berikut aktivitas-aktivitas yang dilakukan mahasiswa ketika *nongkrong* di warung kopi:

1) Menikmati Suasana Warung Kopi

Mato Kopi didesain dengan konsep keakraban dan santai. Keadaan seperti ini membuat suasana suasana Mato Kopi yang nyaman membuat mahasiswa bisa *nongkrong* selama berjam-jam.

2) Mengerjakan Tugas

Tugas tidak serta merta menghalangi kegemaran mahasiswa untuk *nongkrong* di warung kopi. Suasana warung kopi yang nyaman dan tenang di pagi atau siang hari bisa dijadikan tempat bagi mahasiswa untuk mengerjakan tugas.

3) Membaca Buku

Saat sendirian, aktivitas yang dapat mahasiswa kerjakan adalah membaca buku. Suasana Mato Kopi yang terbuka dan ada semilir angin menjadi tempat yang pas bagi mahasiswa yang ingin *nongkrong* sambil membaca buku.

4) Bercengkerama dengan Teman

Mahasiswa sering *nongkrong* bersama teman-teman mereka. Pada waktu malam hari, pengunjung Mato Kopi sangat ramai. Mayoritas dipenuhi oleh

mahasiswa. Mereka duduk melingkar dengan teman-temannya. Mereka mengobrolkan banyak hal. Mato Kopi membebaskan pengunjungnya untuk *ngobrol* atau bercanda sesuka hati mereka

5) Rapat

Mahasiswa ada yang ikut komunitas di luar kampus. Biasanya komunitas-komunitas tersebut sering mengadakan rapat ketika akan membuat suatu kegiatan. Terkadang mereka memilih warung kopi untuk dijadikan tempat rapat atau berkumpul.

6) Bermain Kartu

Ketika mereka bosan dengan diskusi atau obrolan, mereka memilih untuk bermain kartu untuk menghilangkan penat. Permainan kartu yang dimainkan pun beragam, mulai dari poker hingga remi. Permainan kartu yang dilakukan murni hanya permainan tanpa ada unsur judi.

7) Bermain Musik

Pengunjung *nongkrong* sambil bermain alat musik. Ada batas waktu tertentu bagi para pengunjung yang ingin bermain gitar yaitu maksimal jam 12 malam

Orang-orang, khususnya mahasiswa, yang memiliki gaya hidup *nongkrong* di malam hari biasanya mengantuk di pagi hari. Hampir setiap malam mereka menghabiskan waktu di warung kopi,

padahal mereka harus kuliah di pagi hari. tak heran apabila banyak mahasiswa yang mengantuk di pagi hari dikarenakan begadang di warung kopi.

Mahasiswa memilih Mato Kopi sebagai tempat *nongkrong* karena Mato Kopi memiliki keunikan tersendiri sebagai tempat *nongkrong*. Berikut keunikan Mato Kopi jika dibandingkan dengan warung kopi pinggir jalan dan angkringan.

- 1) Mato Kopi buka selama 24 jam.
- 2) Pengunjung bebas berekspresi di Mato Kopi.
- 3) Mato Kopi memiliki bangunan yang luas.

b. Kedirian

Aktivitas-aktivitas waktu luang banyak dialami oleh individu-individu sebagai basis identitas sosial mereka (Chaney, 2011:86). Identitas seseorang dapat dilihat dari bagaimana mereka menghabiskan waktu dan menjalankan aktivitas. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup *nongkrong* menghabiskan banyak waktu di warung kopi. Mahasiswa biasanya memilih waktu di malam hari untuk *nongkrong*. Siang hari juga merupakan pilihan waktu yang bisa digunakan untuk *nongkrong* di warung kopi. karena tidak ada jadwal kuliah atau tidak memiliki kegiatan. Pagi hari juga menjadi pilihan mahasiswa untuk *nongkrong*.

Nongkrong sudah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari mahasiswa. Tidak ada hari yang terlewat tanpa *nongkrong* di warung kopi. Namun tidak semua *nongkrong* setiap hari, ada mahasiswa yang *nongkrong* 3 – 4 kali seminggu.

Saat *nongkrong*, mahasiswa bisa menghabiskan waktu hingga berjam-jam. Rata-rata mereka *nongkrong* sekitar 4 jam. Ada juga mahasiswa yang *nongkrong* lebih dari 10 jam. Bahkan ada mahasiswa yang *nongkrong* selama 12 jam. Secara mereka sadari atau tidak, hal ini dapat membentuk jati diri mereka. *Nongkrong* sudah menjadi bagian dari diri mereka di mana mereka tidak bisa meninggalkan kebiasaan *nongkrong* di warung kopi. Setiap kali ada waktu, mereka selalu menyempatkan untuk *nongkrong*. Sehingga *nongkrong* tidak bisa dilepaskan dari diri mereka.

c. Sensibilitas Mahasiswa dalam Memahami Gaya Hidup *Nongkrong* di Warung Kopi

Sensibilitas yang tersirat akan menjadi hal yang membuat gaya hidup penting – mengapa gaya hidup diperlukan sebagai ikonografi komunitas. Untuk menemukan suatu sensibilitas bersama adalah dengan mengajukan suatu bentuk afiliasi kultural tertentu (Chaney, 2011: 209).

Sensibilitas mahasiswa ketika mereka *nongkrong* tidak hanya karena kopi yang merupakan minuman favorit

mereka. Ada sesuatu yang mereka cari ketika mereka *nongkrong* di warung kopi. Mereka menemukan arti kebersamaan ketika mereka *nongkrong* di warung kopi. Tujuan dari mereka *nongkrong* adalah karena adanya hasrat untuk berkumpul dan berinteraksi dengan teman-temannya tanpa ada gangguan dari *gadget-gadget*. Mato Kopi mereka pilih sebagai tempat *nongkrong* karena di sana menawarkan suasana yang santai dan akrab sehingga mampu mewujudkan hasrat para mahasiswa untuk *nongkrong*, berkumpul dan berinteraksi dengan teman, serta menikmati secangkir kopi.

2. Faktor-Faktor yang Melatarbelakangi *Nongkrong* di Warung kopi Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa Yogyakarta

Menurut Nugraheni (2003), terdapat faktor internal dan eksternal yang melatarbelakangi gaya hidup seseorang. Berikut faktor internal yang melatarbelakangi *nongkrong* di warung kopi sebagai gaya hidup mahasiswa adalah sebagai berikut.

a. Motif

Motif adalah tujuan atau alasan untuk melakukan sesuatu. Motif mahasiswa untuk *nongkrong* di warung kopi adalah menghilangkan penat setelah kuliah. Keinginan untuk *nongkrong* tidak bisa terlepas dari keinginan untuk

berkumpul dengan teman. Dari berkumpul inilah membuat mereka betah untuk *nongkrong* dan tidak bisa meninggalkan kebiasaan *nongkrong*.

b. Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek. Mahasiswa memiliki gaya hidup *nongkrong* diawali dari pengalamannya di masa lalu. Mereka mengetahui gaya hidup *nongkrong* di warung kopi sejak kecil. Mereka melihat orang-orang di sekitar mereka yang sedang minum secangkir kopi di warung sekitar tempat tinggal mereka. Kemudian mereka penasaran dan mulai mencoba minum secangkir kopi. Setelah dirasa enak dan cocok, mereka terus menerus melakukannya hingga sekarang.

Adapun faktor eksternal dijelaskan oleh Nugraheni (2003) sebagai berikut :

a. Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang.

Mahasiswa Yogyakarta memiliki gaya hidup *nongkrong* tidak terlepas dari interaksi dengan teman mereka. Ajakan teman untuk *nongkrong* membuat mahasiswa mencoba untuk *nongkrong*. Awalnya hanya mengikuti ajakan teman, namun seiring berjalannya waktu mereka terus *nongkrong* di warung kopi dan sudah menjadi bagian dari aktivitas sehari-hari mereka.

b. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.

mahasiswa yang memilih *nongkrong* di warung kopi. Mereka yang berada di kelas menengah ke bawah memilih warung kopi yang memiliki harga terjangkau dan bisa *nongkrong* sepuasnya. Bagi mahasiswa, tempat *nongkrong* yang murah dan bisa berjam-jam adalah di warung kopi, terutama Mato Kopi yang memiliki harga murah, konsep sederhana, buka selama 24 jam, dan tidak ada batasan waktu berkunjung.

c. Kebudayaan

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang

diperoleh individu sebagai anggota masyarakat.

Orang tua di desa sering menikmati secangkir kopi baik di rumah maupun di warung kopi yang berada di lingkungan sekitar tempat tinggalnya. Kebiasaan seperti ini secara tidak langsung akan ditiru oleh generasi penerus. Ketika mereka melihat ada bapak-bapak yang sedang asyik menikmati kopi, mereka tertarik ingin mencobanya.

E. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *nongkrong* di warung kopi merupakan gaya hidup mahasiswa di Mato Kopi Yogyakarta. Hal ini terlihat dari tampilan luar, kedirian, dan sensibilitas mahasiswa terhadap *nongkrong* di warung kopi.

Ada berbagai aktivitas yang mahasiswa lakukan ketika *nongkrong* di warung kopi. Aktivitas tersebut antara lain menikmati suasana warung kopi, mengerjakan tugas, membaca buku, rapat, bercengkrama dengan teman, bermain kartu, dan bermain musik. Hampir setiap hari mahasiswa *nongkrong* di Mato Kopi. Pemilihan waktu *nongkrong* biasanya di malam hari. Dalam sekali *nongkrong*, biasanya mahasiswa menghabiskan waktu rata-rata 4 jam. Namun, terkadang mereka *nongkrong* selama 10 – 12 jam. Mereka

menemukan arti kebersamaan ketika mereka *nongkrong* di warung kopi. Tujuan dari mereka *nongkrong* adalah karena adanya hasrat untuk berkumpul dan berinteraksi dengan teman-temannya

Mahasiswa memiliki memiliki gaya hidup *nongkrong* di warung kopi karena dipengaruhi berbagai faktor. Faktor-faktor yang melatarbelakangi *nongkrong* di warung kopi sebagai gaya hidup mahasiswa terdiri dari faktor internal meliputi motif, pengalaman, dan pengamatan. Dan faktor eksternal meliputi kelompok referensi, kelas sosial, dan kebudayaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abercrombie, N. et. al. 2010. *Kamus Sosiologi (Terj)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia. 2012. *Konsumsi Kopi Indonesia*. Diakses dari <http://www.aeki-aice.org/page/konsumsi-kopi-domestik/id> pada tanggal 4 Juni 2016.
- Chaney, David. 2011. *Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Denzin, Norman K. & Yvonna S.L. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Dimiyati, Nur S. 2009. "Komunitas Kafe Sebagai Gaya Hidup (Studi Tentang Motif Mahasiswa dan Konstruksi Kuliner Kafe di Yogyakarta)". *Skripsi*. Tidak Diterbitkan: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Online diakses dari <http://kbbi.web.id/tongkrong> pada tanggal 13 Juni 2016.
- Mira. 2011. *Nongkrong*. Diakses dari http://kitabgaul.com/word/nongkrong?e_pi=7%2CPAGE_1D10%2C8949849851 pada tanggal 13 Juni 2016.
- Moleong, L.J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Murti, Rian W. 2015. "Wangi Kopi untuk Ekonomi Indonesia", *Eastspring Investments*. Juli.
- Nugroho, Setiadi. 2008. *Perilaku Konsumen, Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Prasojo. 2014. *Budaya Ngopi atau Gaya Ngopi? Ngopi untuk Pembebasan*. Diakses dari <http://bincangkopi.com/budaya-ngopi-atau-gaya-ngopi--ngopi-ngopi-untuk-pembebasan/> pada tanggal 25 Oktober 2015.
- Sarosa, Samiaji. 2012. *Penelitian Kualitatif Dasar-Dasar*. Jakarta: Indeks.
- Teggia, Gabriella & Mark Hanusz. 2003. *A Cup of Java*. Jakarta: Equinox Publishing (Asia) PTE.LTD.
- Ulung, G dan Gamal H. 2011. *Ngopi Yuk! 50 Tempat Ngopi Paling Asyik se-Jabodetabek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.