

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Perilaku Konsumtif Remaja: Studi Atas Aktivitas *Nongkrong* di Kafe Epidemi Jombang” ini ditulis oleh Vella Rahma Aulia, NIM. 1860309222083, dengan pembimbing Lilik Rofiqoh, S.Hum., M.A.

Kata Kunci: *Perilaku Konsumtif, Remaja, Nongkrong, Kafe, Identitas Sosial, Konsumsi Simbolik*

Aktivitas *nongkrong* di kafe sekarang ini sudah menjadi fenomena sosial yang melekat dalam keseharian remaja di Jombang. Di tengah kuatnya arus modernisasi dan perkembangan media sosial kafe-kafe modern bermunculan dan berkembang menjadi ruang sosial utama bagi generasi muda. Fenomena ini memunculkan indikasi kuat adanya perilaku konsumtif di kalangan remaja, di mana kegiatan *nongkrong* telah mengalami pergeseran makna menjadi bagian dari gaya hidup sekaligus sarana pembentukan identitas sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pola perilaku konsumtif remaja yang terbentuk dalam aktivitas *nongkrong* serta bagaimana identitas sosial remaja dibentuk melalui aktivitas *nongkrong* tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam terhadap pengunjung kafe, serta dokumentasi kemudian dianalisis secara deskriptif untuk memperoleh gambaran menyeluruh atas fenomena yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan dua temuan utama yaitu: Pertama, perilaku konsumtif remaja di Kafe Epidemi termanifestasi melalui tiga aspek, yaitu pembelian impulsif, pembelian tidak rasional, dan perilaku boros, yang didorong oleh faktor internal berupa kebutuhan aktualisasi diri serta faktor eksternal berupa pengaruh kelompok pertemanan dan viralitas media sosial, khususnya TikTok dan Instagram. Kedua, aktivitas *nongkrong* di Kafe Epidemi berfungsi sebagai medium pembentukan identitas sosial remaja melalui konsumsi simbolik. Sejalan dengan perspektif Jean Baudrillard, remaja tidak mengonsumsi produk kafe semata karena nilai gunanya, melainkan karena nilai tanda yang melekat padanya, yang bekerja melalui logika diferensiasi dan logika integrasi sosial. Temuan ini menegaskan bahwa *nongkrong* di kafe telah bergeser dari aktivitas pemenuhan kebutuhan biasa menjadi bagian integral dari gaya hidup konsumtif remaja urban kontemporer sekaligus sarana negosiasi identitas di ruang publik.

ABSTRACT

This undergraduate thesis, entitled “Consumptive Behavior of Adolescents: A Study of Hanging Out Activities at Epidemi Cafe Jombang”, was written by Vella Rahma Aulia, Student ID 1860309222083, under the supervision of Lilik Rofiqoh, S.Hum., M.A.

Keywords: *Consumptive Behavior, Adolescents, Hanging Out, Cafe, Social Identity, Symbolic Consumption*

Hanging out at cafes has become a social phenomenon embedded in adolescents' daily lives in Jombang. Amid modernization and social media growth, modern cafes such as Epidemi have emerged as primary social spaces for the younger generation, indicating consumptive behavior among adolescents in which hanging out has shifted to become part of a lifestyle and a means of constructing social identity. This study aims to identify and analyze the pattern of adolescents' consumptive behavior formed through hanging out activities, and to examine how their social identity is constructed through these activities.

The research employed a qualitative case study approach, with data collected through participant observation, in-depth interviews with cafe visitors, and documentation, then analyzed descriptively.

The findings reveal two main results. First, adolescents' consumptive behavior at Epidemi Cafe is manifested through three aspects, namely impulsive buying, irrational purchasing, and wasteful spending, driven by internal factors such as the need for self-actualization and external factors such as peer group influence and the virality of social media, particularly TikTok and Instagram. Second, hanging out at Epidemi Cafe functions as a medium for constructing adolescents' social identity through symbolic consumption. In line with Jean Baudrillard's perspective, adolescents do not consume cafe products for their use value, but for their sign value, operating through the logic of differentiation and integration. These findings confirm that hanging out at cafes has shifted from an ordinary need-fulfilling activity into an integral part of contemporary urban adolescents' consumptive lifestyle and a means of negotiating identity in public space.

الملخص

رسالة علمية بعنوان: "السلوك الاستهلاكي لدى المراهقين: دراسة حول نشاط التجمّع الاجتماعي (التّغروُنغ) في مقهى إيبيديمي بجومبانغ"، أعدتها فيلا رحمة أوليا، رقم القيد 1860309222083، تحت إشراف ليليك روفيقوه الماجستير.

الكلمات المفتاحية: السلوك الاستهلاكي، المراهقون، التجمّع الاجتماعي، المقهى، الهوية الاجتماعية، الاستهلاك الرمزي.

أصبح نشاط التجمّع في المقاهي في الوقت الحاضر ظاهرة اجتماعية متجذّرة في الحياة اليومية للمراهقين في مدينة جومبانغ. وفي ظلّ تسارع وتيرة التحديث والتطور المتنامي لوسائل التواصل الاجتماعي، انتشرت المقاهي الحديثة وأصبحت فضاءات اجتماعية رئيسية للشباب. وقد أفرزت هذه الظاهرة مؤشرات قوية على تنامي السلوك الاستهلاكي لدى المراهقين، حيث شهد نشاط التجمّع تحوّلًا في دلالاته ليصبح جزءًا من نمط الحياة ووسيلةً لتشكيل الهوية الاجتماعية. وتهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أنماط السلوك الاستهلاكي التي تتشكل من خلال نشاط التجمّع، وتحليل الكيفية التي تُبنى بها الهوية الاجتماعية للمراهقين عبر هذا النشاط.

اعتمدت الدراسة المنهج الكيفي (النوعي) من خلال دراسة الحالة. وقد جُمعت البيانات بواسطة الملاحظة والمقابلات المتعمقة مع رواد المقهى، بالإضافة إلى التوثيق، ثم جرى تحليلها تحليلًا وصفيًا للوصول إلى صورة شاملة عن الظاهرة المدروسة.

وأظهرت نتائج الدراسة وجود نتيجتين رئيسيتين؛ الأولى أن السلوك الاستهلاكي لدى المراهقين في مقهى إيبيديمي يتجلى من خلال ثلاثة مظاهر أساسية، هي: الشراء الاندفاعي، والشراء غير العقلاني، والسلوك التنبذري. وترتبط هذه المظاهر بعوامل داخلية تتمثل في الحاجة إلى تحقيق الذات، وعوامل خارجية تتمثل في تأثير جماعات الأقران وانتشار المحتوى الرائج عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ولا سيما منصتي تيك توك وإنستغرام. أما النتيجة الثانية فتشير إلى أن نشاط التجمّع في مقهى إيبيديمي يؤدي دوراً مهماً في تشكيل الهوية الاجتماعية للمراهقين من خلال الاستهلاك الرمزي. وانسجاماً مع منظور جان بودريار، فإن المراهقين لا يستهلكون منتجات المقهى بسبب قيمتها الاستعمالية فحسب، بل بسبب القيمة الرمزية أو الدلالية المرتبطة بها والتي تعمل من خلال منطق التمايز ومنطق الاندماج الاجتماعي. وتؤكد هذه النتائج أن التجمّع في المقاهي قد شهد تحوّلًا من مجرد نشاط يهدف إلى تلبية الاحتياجات العادية إلى جزء لا يتجزأ من نمط الحياة الاستهلاكي لدى المراهقين الحضريين، فضلاً عن كونه وسيلة للتفاوض حول الهوية داخل الفضاء العام.