

**AKTIVITAS NONGKRONG DAN KOMUNIKASI
INTERPERSONAL MAHASISWA DI *CAFE SHOP*
DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(STUDI MAHASISWA UIN KHAS JEMBER)**



SKRIPSI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Oleh:
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Marcella Putri Cantika
Nim: 205103010021
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
JUNI 2024**

**AKTIVITAS NONGKRONG DAN KOMUNIKASI
INTERPERSONAL MAHASISWA DI *CAFE SHOP*
DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(STUDI MAHASISWA UIN KHAS JEMBER)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Oleh:
Marcella Putri Cantika
Nim: 205103010021

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SHIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH
JUNI 2024**

**AKTIVITAS NONGKRONG DAN KOMUNIKASI
INTERPERSONAL MAHASISWA DI *CAFE SHOP*
DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(STUDI MAHASISWA UIN KHAS JEMBER)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
Untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
Gelar Sarjana Sosial (S. Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Oleh:

Marcella Putri Cantika
Nim: 205103010021

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Disetujui Pembimbing



Muhammad Ardiansyah, M. Ag
NIP. 197612222006041003

**AKTIVITAS NONGKRONG DAN KOMUNIKASI
INTERPERSONAL MAHASISWA DI CAFE SHOP
DALAM PERSPEKTIF ISLAM
(STUDI MAHASISWA UIN KHAS JEMBER)**

SKRIPSI


Telah di uji dan di terima untuk memenuhi salah satu
peryaratan memperoleh gelar sarjana sosial (S. Sos)
Fakultas Dakwah
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam


Hari: Selasa
Tanggal: 11 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

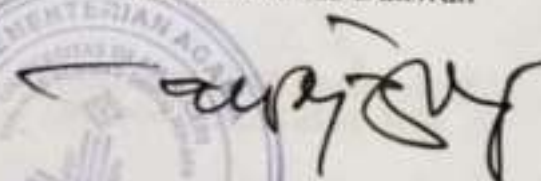

David Ilham Yusuf, M. Pd I
NIP.198507062019031007


Dr. Moh. Salman Hamdani, S.Th.L., MA
NIP.198312132023211005

Anggota:

1. Dr. Minan Jauhari, M.Si
2. Muhammad Ardiansyah, M.Ag

Menyetujui,
Dekan Fakultas Dakwah


Dr. Fawaizul Umam, M.Ag.
NIP.197302272000031001



MOTTO

Seperti kata mbak Taylor Swift, *“Don’t you worry your pretty little mind, people throw rocks at things that shine”*, selama menyelesaikan skripsi ini, saya yakin bahwa suatu hari saya akan bersinar dan bisa melewati ketakutan ini.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada Moch Hasan dan Afifatul Farida, papah dan mama yang telah membesarkan dan mendidiku dengan penuh kasih sayang, serta yang selalu menyemangati, dan memberikan doa terbaik kepada penulis



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, perencanaan dan pelaksanaannya. Berkat dukungan banyak teman dan keluarga, kesuksesan skripsi ini tak terlupakan. Oleh karena itu, penulis memahami dan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas selesainya skripsi sebagai salah satu prasyarat kelancaran penyelesaian gelar sarjana

Kesuksesan penulis tidak akan terlupakan berkat dukungan banyak pihak. Oleh karena itu penulis memahami dan mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S. Ag, M.M selaku Rektor Universitas Kiai Haji Ahmad Shiddiq Jember
2. Bapak Dr. Fawaizul Umam, M. Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah
3. Bapak Ahmad Hayyan Najikh, M. I. Kom selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam
4. Bapak Muhammad Ardiansyah, M.Ag selaku dosen pembimbing skripsi yang membimbing saya dan memberi motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini
5. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Kiai Haji Ahmad Shiddiq Jember yang telah memberikan saya ilmu pengetahuan untuk mempermudah penyusunan skripsi
6. Untuk kedua orang tua saya yang sangat saya cintai, yakni bapak Moch Hasan dan ibu Affifatul Farida yang telah mendukung saya, memberikan

semangat, serta mengiringi dengan doa. Selain itu terimakasih kepada adik saya tercinta Jamil dan Ibrahim yang selalu menghibur saya dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

7. Untuk Lintang Ayu yang selalu memberi semangat, meluangkan waktu, serta selalu menghibur, dan mengingatkan penulis agar melakukan yang terbaik dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk teman-teman saya dalam grub “ *Suudzon*” yang selalu menghibur, memberikan tawa, dan saling menyemangati dalam proses menyelesaikan skripsi
9. Teman-teman seperjuangan di KPI3 dan seluruh teman teman KPI angkatan 2020 yang tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu.

Menurut penulis, skripsi ini merupakan karya ilmiah yang baik dan layak, namun tidak menutup kemungkinan masih banyak kesalahan dan kekurangan.

Semoga skripsi ini bermanfaat sesuai harapan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 22 Maret 2024

Marcella Putri Cantika

ABSTRAK

Marcella putri cantika, 2024: *Aktivitas Nongkrong Dan Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Di Caffe Shop Dalam Perspektik Islam (Studi Mahasiswa UIN KHAS Jember)*

Kata Kunci: Budaya Nongkrong, Caffe Shop, Komunikasi Interpersonal, Perspektif Islam

Nongkrong merupakan aktifitas yang menarik minat mahasiswa mereka disana dapat berinteraksi serta melakukan berbagai aktifitas disana. Maraknya *caffe shop* di kota jember membuat eksistensinya melejit di kalangan mahasiswa, hal tersebut yang menyebabkan terjadinya gaya hidup baru dan komunikasi interpersonal di dalam aktivitas tersebut. peneliti memilih dua *caffe shop* yang dijadikan lokasi penelitian yakni *Kancah Anyar Caffe* dan *Morojoyo Caffe*. Disini peneliti memilih tempat tersebut karena tempat tersebut mendapatkan rating tinggi di google serta telah di liput oleh konten kreator dan media massa.

Fokus masalah yang ada di dalam skripsi ini yakni: 1) Bagaimana aktivitas nongkrong mahasiswa UIN KHAS Jember di *Kancah Anyar Caffe* dan *Morojoyo Caffe* sebagai gaya hidup menurut perspektif islam?. 2) Bagaimana komunikasi interpersonal yang di lakukan oleh mahasiswa UIN KHAS JEMBER saat mengunjungi *caffe shop* dalam perspektif islam?

Tujuan penelitian dari penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui bagaimana aktivitas nongkrong mahasiswa UIN KHAS Jember di *Kancah Anyar Caffe* dan *Morojoyo Caffe* sebagai gaya hidup menurut perspektif islam. 2) Untuk mengetahui Bagaimana komunikasi interpersonal yang di lakukan oleh mahasiswa UIN KHAS JEMBER saat mengunjungi *caffe shop* dalam perspektif islam.

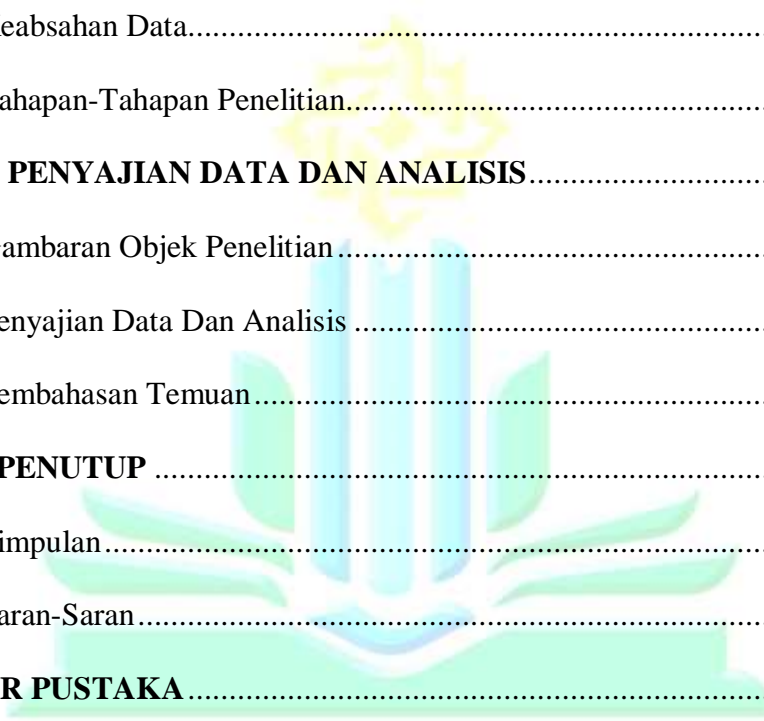
Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Lokasi yang peneliti pilih untuk melakukan penelitian adalah *Kancah Anyar Caffe* dan *Morojoyo Caffe*. Peneliti menggunakan metode *purposive* untuk mengumpulkan data, dan analisis data yang di lakukan oleh peneliti yakni: reduksi data, penyajian data, verifikasi dan kesimpulan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah adanya aktivitas nongkrong dan komunikasi interpersonal mahasiswa di *caffe shop* yang mana aktivitas nongkrong tersebut dapat menimbulkan gaya hidup baru mahasiswa dan juga adanya interaksi mereka saat mengunjungi *caffe shop*. Gaya hidup mahasiswa saat melakukan aktifitas nongkrong di *caffe shop* dapat dilihat dari mereka yang mengonsumsi makanan dan minuman yang ada di *caffe shop* sembari menikmati fasilitas yang ada seperti *wifi gratis*. Komunikasi interpersonal yang terjadi saat melakukan aktivitas nongkrong di *caffe shop* biasanya di isi dengan mengerjakan tugas, *ngonrol ringan*, diskusi, *sharing bersama*, hingga bermain game dilakukan disana, sehingga *caffe shop* menjadi media untuk melakukan proses komunikasi interpersonal.. Hal tersebut menandakan bahwa aktivitas nongkrong di *caffe shop* bukan hanya untuk mengisi waktu luang saja melainkan juga dapat menambah wawasan, mendapatkan ide baru dan menambah relasi juga.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian.....	7
C. Manfaat Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
E. Definisi Istilah.....	9
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Penelitian Terdahulu	13
B. Kajian Teori.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	51
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian.....	51

B. Lokasi Penelitian.....	53
C. Teknik Pengumpulan Data	53
D. Analisis Data.....	54
E. Keabsahan Data.....	56
F. Tahapan-Tahapan Penelitian.....	56
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS.....	58
A. Gambaran Objek Penelitian.....	58
B. Penyajian Data Dan Analisis	63
C. Pembahasan Temuan.....	82
BAB V PENUTUP	89
A. Simpulan.....	89
B. Saran-Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN	



 UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
 KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
 J E M B E R

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. <i>Caffe</i> Dekat Kampus UINKHAS JEMBER.....	5
Tabel 3.1. Inventarisasi Gaya Hiidup	21
Tabel. 4.1. Menu Kancan Anyar <i>Caffe</i>	60
Tabel. 4.2. Daftar Menu Morojoyo <i>Caffe</i>	62



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	28
Gambar 3.2. Proses Komunikasi Interpersonal.	34
Gambar 3.3. Unsur-Unsur Komunikasi Interpersonal	39
Gambar: 4.1 Logo Kancan Anyar <i>Caffe</i>	58
Gambar: 4.2 Logo Morojoyo <i>Caffe</i>	60



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Di era digital saat ini, gaya hidup semakin berkembang dari masa ke masa sehingga menjadi perbincangan publik. Aktivitas nongkrong merupakan salah satu aktivitas yang menjadi perbincangan terutama di kalangan mahasiswa, yang mana aktivitas tersebut biasanya dimanfaatkan menjadi tempat untuk berkumpul, berinteraksi hingga bersosialisasi. Aktivitas Nongkrong di cafe shop dilakukan agar dapat menciptakan kenyamanan dan tempat untuk bersantai sehingga para mahasiswa dapat bertukar pikiran dan mendapatkan banyak relasi. Pada penelitian yang di lakukan oleh Priyanti, Sulismadi dan Kumalasari¹ yang berjudul “Gaya hidup nongkrong mahasiswa di malang Study pengunjung kedai kopi or traffic sengkaling, Kabupten malang)” kesimpulan dari penelitian tersebut adalah mahasiswa yang sering menghabiskan waktu mereka di kedai kopi sehingga membuat gaya hidup baru di kalangan mahasiswa. fenomena gaya hidup baru yakni “budaya nongkrong mahasiswa” menjadi *trend*, sehingga aktivitas tersebut lama kelamaan telah menjadi kebutuhan mereka.

Aktivitas nongkrong menjadi aktivitas yang sangat di gemari oleh masyarakat ramai, meskipun sebelum maraknya *caffé shop*. Aktivitas nongkrong merupakan kegiatan yang mana seseorang berkumpul yang

¹ Priyanti, Sulismadi, dan Kumalasari, “Gaya Hidup Nongkrong Mahasiswa Di Malang (Study Pengunjung Kedai Kopi Or Traffic Sengkaling, Kabupten Malang)” , (Jurnal Sosiologi Nusantara, Vol 8, No 2, 2022), 265.

berfungsi untuk mengisi waktu luang, ketika berkumpul bersama biasanya disuguhkan dengan meminum kopi dan beberapa camilan pelengkap seperti pisang. Aktitas tersebut dilakukan untuk mengisi waktu luang yang biasanya dilakukan di sore hari maupun malam hari. Berbeda halnya dengan fenomena yang menjadi perhatian saat ini yang mana para pemuda mengunjungi *caffé shop* untuk melakukan aktifitas tersebut.²

Penelitian yang di lakukan oleh Husna, Ramadhani, Dan Ilhami³ berjudul “Analisis Aktivitas Budaya Ngopi Sebagai Gaya Hidup Generasi Millenial (Study Kasus Pada *Coffe Shop* Pasco Bagan Batu Riau)” peneliatan terebut menjelaskan tentang aktivitas ngopi yang menjadi gaya hidup generasi millenial di *caffé shop* Bagan Batu Riau. Dalam penelitian tersebut terdapat aktivitas nongkrong, berdiskusi, rapat, hingga mengerjakan tugas kuliah. *Caffé shop* pasco disini sudah memenuhi kebutuhan mahasiswa dengan cara memberikan falisitas yang terbaik sehingga munculnya gaya hidup baru.

Aktivitas nongkrong di *caffé shop* merupakan suatu gaya hidup baru bagi mahasiswa. Karena mereka dapat berkumpul, mencicipi kuliner, rapat dan lain sebagainya. Selain itu *caffé shop* juga menyediakan fasilitas yang nyaman sehingga para pengunjung senang untuk mengunjungi *caffé shop*, tidak hanya itu harga yang ditawarkan pun juga terbilang murah untuk

² Ganastria Marbawani dan Grendi Hendrastomo, “Pemuknaan Nongkrong Bagi Mahasiswa Yogyakarta”, (Daimensia: Jurnal Kajian Sosiologi, Vol 9, No 1). 2

³ Husna, Ramadhani, Dan Ilhami, “Analisis Aktivitas Budaya Ngopi Sbagai Gaya Hidup Generasi Millenial (Study Kasus Pada *Coffe Shop* Pasco Bagan Batu Riau)”, (Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB), Vol 2, No 1, 2023), 267-177

kantong mahasiswa. Sehingga hal tersebut yang membuat pemuda sering mendatangi *caffe shop*.⁴

Mengunjungi *caffe shop* merupakan suatu kegiatan yang di pilih oleh anak muda untuk mengisi waktu luangnya. Mengunjungi *caffe shop* dapat berdampak positif karena mereka dapat bersosialisasi saat mengunjungi *caffe shop* dan menghabiskan waktu disana yang biasanya di isi dengan bertukar pikiran, bermain game, mengerjakan tugas, nongkrong, dan lain sebagainya.⁵ Nongkrong merupakan suatu simbol yang dapat menarik anak muda untuk mengunjungi *caffe shop*, sehingga terbentuknya budaya baru atau subkultur baru.

Caffe shop dapat berperan sebagai tempat berinteraksi dan berinteraksi dengan orang lain dan sebagai perantara. *Caffe shop* menjadi tempat favorit sebagian orang untuk bertemu orang lain. Rosenbaum menunjukkan bagaimana *caffe shop* atau kedai kopi menjadi “tempat ketiga” dan mempunyai arti unik bagi pelanggan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya pergi ke “tempat” tersebut untuk membeli makanan. Selain itu, salah satu faktornya adalah perlunya sosialisasi dan

⁴ Nuraziza, Ismail, Dan Mario, “Nongkrong Dan Gaya Hidup (Kajian Tentang Aktifitas Nongkrong Sebagai Gaya Hidup Di Kalangan Remaja Pasar Segar Pegayoman Kota Makasar)”, (Jurnal Predestination, Vol 4, No 2, 2023), 49

⁵ Liza Mareza Prasetia, “Pengaruh Budaya Populer Ngopi Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Keterbukaan Diri Konsumen Warung Kopi Zakir Di Kota Banda Aceh”, (JOM FISIP VO. 7: Edisi II Juli-Desember 2020), 2

pengakuan. Ketika seseorang ingin minum kopi, setiap orang mempunyai tujuan yang berbeda-beda..⁶

Merrill dan Lownstain mengungkapkan bahwa pergaulan seseorang selalu berubah menggunakan simbol dengan pengertian yang sama dibuat. Ada letak persamaan yang menggambarkan *caffè shop* sebagai tempat di mana orang berkumpul, berkomunikasi, dan berbagi informasi.⁷

Aktivitas nongkrong dapat menciptakan suatu interaksi komunikasi yang berasal dari lawan bicara, misalnya keluarga, teman serta pacar. Akan tetapi, komunikasi interpersonal dapat terjadi secara tidak sengaja dan spontan. Saat ini aktivitas nongkrong telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, menurut Tucker gaya hidup yang mengalir dari secangkir kopi membuat *caffè shop* dan toko kopi menjadi opsi gaya hidup yang dapat diakses, diisi ulang, dan bahkan ditingkatkan.⁸

Islam mengungkapkan bahwa aktivitas nongkrong merupakan aktifitas yang wajar dilakukan, sehingga nabi Muhammad SAW membolehkan aktifitas tersebut dengan beberapa ketentuan, seperti menjawab salam, menundukkan pandangan, tidak mengganggu, dan amar ma'ruf nahi munkar. Hal tersebut juga telah di jelaskan pada hadis Rasulullah sebagai berikut:

حَدَّثَنَا عَبْدُ اللَّهِ بْنُ مُسْلِمَةَ حَدَّثَنَا عَبْدُ الْعَزِيزِ يَعْنِي ابْنَ مُحَمَّدٍ عَنْ زَيْدِ يَعْنِي ابْنَ أَسْلَمَ عَنْ
عَصَاءِ بْنِ يَسَارٍ عَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخَدْرِيِّ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ إِنَّا كُنَّا وَالْجَنُوسَ

⁶ Kinanti Novinka, Rini Rinawati, “Konstruksi Makna Budaya Ngopi sebagai Sarana Komunikasi Antar Pribadi Remaja”, (Bandung Conference Series: Communication Management, Vol. 2 No. 2, 2022), 799-805

⁷ Ibid, 3

⁸ Ibid, 801

بِالطَّرَاقَاتِ قَالُوا يَا رَسُولَ اللَّهِ مَا بُدِّ لَنَا مِنْ بَحَالِسِنَا نَتَخَذُثُ فِيهَا فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ إِنَّ أُبَيْتُمْ فَأَعْطُوا الطَّرِيقَ حَقَّهُ قَالُوا وَمَا حَقُّ الطَّرِيقِ يَا رَسُولَ اللَّهِ قَالَ غَضُّ الْبَصَرِ وَكَفُّ الْأَدَى وَرَدُّ السَّلَامِ وَالْأَمْرُ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّهْيُ عَنِ الْمُنْكَرِ¹⁵.

“Berhati hatilah duduk di pinggir jalan. Para sahabat bertanya,” ya Rasulullah, bagi kami sesuatu yang tidak dapat ditinggalkan. Dalam berkumpul itu berbincang-bincang. Nabi Saw menjawab “ jika memang suatu keharusan berikan jalanan itu haknya.” Mereka bertanya kembali “ apa maksud haknya itu ya Rasulullah?”. Nabi Saw menjawab “ pwwlingkan pandanganmu (dari memandang kaum wanita) dan jangan menimbulkan gangguan. Jawablah tiap ucapan salam dan amar am’ruf nahi munkar”⁹.

Maraknya *caffe shop* di kota Jember membuat eksistensinya di kalangan pemuda khususnya di kalangan mahasiswa. Biasanya, *caffe shop* merupakan tempat bersantai, bertukar pikiran, mengerjakan tugas, dan lain sebagainya. *Caffe shop* menjadi pilihan karena suasana dan fasilitas yang di tawarkan menarik perhatian para mahasiswa. Dalam penelitian ini data yang akan di ambil yakni cafe shop yang dapat dibbilang dekat dengan kampus UIN KHAS JEMBER , yakni:

Tabel 1.1. *caffe* dekat kampus UINKHAS JEMBER¹⁰

No	Cafe shop	Alamat
1	De joglo cafe & Resto	Jalan Mataram No, 18 Kelurahan Mangli, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur
2	Kedai Pecinta Kopi	Jl. Jumat, Karang Miuwo, Mangli, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur.
3	Kancah Anyar Cafe	Perum Pesona Surya Millenia, Jl Mataram No. B2/ 44, Karang Miuwo, Mangli, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur

⁹ Ana Fauziyah, “Nongkrong Dalam Perspektif Hadits”, (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014), 5-6

¹⁰

4	Kedai Forrest Jember	Jl. Krajan, Sempusari, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur.
5	Stuff Coffee Jember	Jl. Perum Surya Melenia, B1 No 8, Karang Miuwo, Mangli, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur.
6	Morojoyo Cafe	Jl. Karang Miuwo, Mangli, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur.
7	Cafe Juragan Becak	Jl. Jumat No.03, Karang Mluwo, Mangli, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur.
8	Starata Cafe	Jl. Ikan Paus No. 6 Ruko Barat Roxy Sempusari Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa timur
9	Pakpoy cafe	Perumahan Surya Milenia, Jl. Mataram, Karang Miuwo, Mangli, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur
10	Cafe Tawakal	Jl. Jumat 78 XX, Karang Miuwo, Mangli, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur.

Berdasarkan tabel diatas, ternyata cafe yang menjadi favorit mahasiswa ada dua cafe yakni: *Kancah Anyar Caffé* yang beralamat di Perum Pesona Surya Millenia, Jl Mataram No. B2/ 44, Karang Miuwo, Mangli, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur dan *Morojoyo Caffé* yang beralamat di Jl. Karang Miuwo, Mangli, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Selain ramai di kunjungi tempat tersebut juga menghadirkan konsep yang menarik dan membuat nyaman orang yang berkunjung, selain itu tempat tersebut juga menyediakan beberapa fasilitas dan tentunya harganya yang tidak menguras kantong mahasiswa. Selain itu dua tempat tersebut jugamendapat reteng tinggi di google, dan telah di liput oleh konten kreator dan media massa.

Penjelasan di atas dijelaskan bahwa penulis tertarik untuk meneliti aktivitas nongkrong mahasiswa sebagai gaya hidup baru dan komunikasi interpersonal yang di lakukan oleh beberapa mahasiswa yang mengunjungi

caffè shop. Perkembangan zaman membuat sebagian orang merasa jenuh berada di rumah, maka sebagian orang memilih *hanguot* atau nongkrong ke tempat yang *ikonik* seperti kedai kopi atau *caffè shop* sehingga menghadirkan komunikasi interpersonal dalam kegiatan tersebut. Dengan demikian penulis akan melakukan penelitian lebih lanjut melalui skripsi yang berjudul **“AKTIVITAS NONGKRONG DAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL MAHASISWA DI CAFE SHOP DALAM PERSPEKTIF ISLAM (STUDI MAHASISWA UIN KHAS JEMBER)”**

B. Fokus Penelitian

Sehubungan dengan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka lahirlah fokus penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana aktivitas nongkrong mahasiswa UIN KHAS Jember di Kancan Anayar *Caffe* dan Morojoyo *Caffe* sebagai gaya hidup menurut perspektif islam?
2. Bagaimana komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh mahasiswa UIN KHAS JEMBER saat mengunjungi *caffè shop* dalam perspektif islam?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan tentang suatu yang dilakukan dalam penelitian. Tujuan ini berkaitan dengan masalah yang dirumuskan sebelumnya. Tujuan dari masalah penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana aktivitas nongkrong mahasiswa UIN KHAS Jember di Kancah Anayar *Caffe* dan Morojoyo *Caffe* sebagai gaya hidup menurut perspektif islam.
2. Untuk mengetahui Bagaimana komunikasi interpersonal yang di lakukan oleh mahasiswa UIN KHAS JEMBER saat mengunjungi *caffe shop* dalam perspektif islam.

D. Manfaat Penelitian

Kontribusi dari penulis saat melakukan penelitian hingga selesai disebut manfaat penelitian. Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Secara praktis
 - a) Memberikan informasi kepada lembaga pendidikan terkait dengan gaya hidup baru mahasiswa pada zaman modern
 - b) Memberikan informasi kepada lembaga pendidikan terkait dengan interaksi yang dilakukan oleh mahasiswa saat mengunjungi *caffe shop*.
 - c) Memberikan pengetahuan terhadap mahasiswa tentang gaya hidup baru agar lebih selektif untuk menyikapi *trend* yang sedang makak terjadi di masyarakat.
 - d) Memberikan pengetahuan tentang aktivitas nogkrong dalam perspektif islam
2. Secara teoris
 - a) Mengetahui gaya hidup baru mahasiswa yaitu budaya nongkrong. Dengan mempelajari struktur budaya nongkrong di kalangan mahasiswa, sehingga penelitian ini diharapkan dapat menambah

pemahaman yang lebih baik terkait gaya hidup baru mahasiswa yaitu budaya nongkrong.

- b) Mengetahui interaksi mahasiswa saat melakukan nongkrong di *caffé shop*.
- c) Untuk mengembangkan ilmu sosial komunikasi dengan menyajikan penilian ini yang di harapkan dapat menjadikan banyak temuan-temuan baru.
- d) Untuk mengetahui fenomena yang tengah menjadi trend di kalangan mahasiswa yaitu budaya nongkrong.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah merupakan pengertian umum yang terkandung dalam penelitian yang bersifat penting bagi penelitian yang mana berkaitan dengan judul penelitian yang di teliti. Tujuan adanya definisi istilah yaitu untuk meminimalisir kesalahan makna yang di maksud peneliti. Berikut merupakan penjabaran dari definisi istilah:

1. Gaya hidup

Aktivitas, minat, dan pendapat seseorang disebut gaya hidup. Gaya hidup merupakan gambaran cara seseorang menggunakan waktu dan uang. Penelitian ini menjelaskan dengan bantuan gaya hidup seseorang menunjukkan jati dirinya melalui penggunaan waktu, uang dan barang. Seseorang harus mengeluarkan lebih banyak uang untuk menjalani gaya hidup yang lebih canggih, yang mendorongnya untuk membeli barang dan jasa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berarti

model biologis seseorang yang mencerminkan interaksinya dengan lingkungan. Oleh karena itu, gaya hidup adalah cara hidup seseorang yang tercermin dalam aktivitas, minat, dan pendapatnya tentang bagaimana ia membelanjakan uang dan mengatur waktunya.¹¹

2. Komunikasi interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau lebih atau sekelompok kecil orang yang mengungkapkan makna berbeda dalam tindakan tersebut. Komunikasi interpersonal adalah proses di mana dua orang menyampaikan pesan antara pihak-pihak yang berkomunikasi.

Brooks dan Heath mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai proses di mana orang saling bertukar informasi, makna, dan perasaan melalui pesan secara verbal maupun nonverbal. Hal ini menyebutkan komunikasi interpersonal merupakan proses bertukar informasi, makna, dan perasaan melalui pertukaran pesan verbal maupun nonverbal.¹²

3. Mahasiswa

Kelompok masyarakat yang telah mendapatkan status yang lebih tinggi dari pada siswa karena mahasiswa telah terikat dengan lembaga perguruan tinggi. Mahasiswa dapat diartikan sebagai sekumpulan orang

¹¹ Metha Nilarisma Dewi, Prof. Dr. Hatane Samsuel, MS., , “*Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle), Harga, Promosi, Terhadap Tempat Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (Destination) Study Kasus Pada Konsumen Artojaya Tour & Trevel Surabaya*”, (Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol.3, No. 1, 2015), 1-3

¹² Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos. M.Si, “*KOMUNIKASI INTERPERSONAL (Aplikasi Dalam Riset)*”, Sulawesi Selatan: UPT Unhas Press, 1-2

yang dapat memahami perkembangan dan perubahan di dunia pendidikan serta di lingkungan sekitar.¹³ Mahasiswa merupakan bagian dari masyarakat mereka sedang melakukan suatu proses pengembangan ilmu pengetahuan yang ada di dalam perguruan tinggi serta memiliki ide yang dapat di tuangkan ke masyarakat.

F. Sistematika Pembahasan

Bab I atau pendahuluan, bab ini berisi penjelasan tentang konteks penelitian, dimana konteks penelitian adalah alasan mengapa peneliti memilih judul penelitian, fokus penelitian adalah fokus penelitian terhadap penelitian, tujuan penelitian adalah tujuan penelitian, Manfaat penelitian adalah sumbangan yang peneliti berikan setelah penelitian selesai dan istilah-istilah penentunya menjadi bahan penelitian.

Bab II atau Tinjauan Pustaka, bab ini berisi tentang gambaran penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti dan kajian teoritis yang digunakan peneliti.

Bab III atau metode penelitian, bab ini menjelaskan pendekatan serta jenis penelitian yang digunakan peneliti, tempat penelitian adalah tempat dilakukannya penelitian, apa yang dipelajari, data yang dikumpulkan, apa yang dilakukan. ciri-ciri dan siapa yang peneliti gunakan sebagai informan, teknik pengumpulan data adalah teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti, analisis data adalah proses menganalisis data secara sistematis, validitas data adalah usaha peneliti untuk memperoleh keabsahan data dari

¹³ Heri Kurnia, “Pengaruh Kearifan Berorganisasi Terhadap Indeks Prestasi Komunikatif Mahasiswa Universitas Cokroaminoto Yogyakarta”, (Journal 5, No.2, 2014), 93-94

informasi yang ada. ditemukan. Seperti observasi, triangulasi, analisis kasus, pemantauan hasil dan uji kegunaan, tahapan penelitian adalah proses pelaksanaan penelitian mulai dari persiapan penelitian hingga penulisan laporan penelitian.

Bab IV atau penyajian dan analisis data, bab ini membahas mengenai uraian objek penelitian yaitu gambaran umum mengenai pokok penelitian, penyajian data dan analisis data merupakan uraian mengenai informasi dan pengamatan yang diperoleh selama penelitian. penelitian, temuan pembahasan adalah hubungan antar kategori dan dimensi, posisi temuan yang diteliti dalam kaitannya dengan temuan sebelumnya serta interpretasi dan penjelasan yang diberikan peneliti di lapangan.

Bab V atau kesimpulan, bab ini berisi tentang penjelasan mengenai temuan, kesimpulan yang diambil dari keseluruhan pembahasan yaitu untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan penelitian dan saran merupakan usulan yang diberikan peneliti kepada mahasiswa dan pihak di mana melakukan penelitian

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada point ini berisi penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan objek yang diteliti peneliti kemudian penelitian tersebut dirangkum, baik penelitian yang sudah di *publish* maupun belum.¹⁴ Penelitian terdahulu yang tercantum dalam penelitian ini tentunya berkaitan dengan gaya hidup nongkrong dan komunikasi interpersonal mahasiswa. Berikut beberapa hasil penelitian terdahulu:

1. Skripsi yang ditulis oleh Afwan Syahril Manurung yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sumatra Utara¹⁵”. Dalam skripsi tersebut dijelaskan pengaruh komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial dikalangan mahasiswa program studi ilmu komunikasi UIN Sumatra Utara. Hasil yang ditemukan dalam skripsi tersebut yakni tidak setuju dalam variabel komunikasi interpersonal, sedangkan pada media sosial facebook melakukan interaksi sosial dan instagram mengarah ke informasi.

Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan cara pengambilan data yakni populasi dan sampel. Perbedaan

¹⁴ Tim Penyusun, “*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*”, (Jember, IAIN JEMBER PRESS. 2020), 46

¹⁵ Afwan Syahril Manurung, “*Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sumatra Utara*”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2021), 1-100

penelitian ini dengan peneliti yakni terletak pada metode penelitiannya yang mana metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif sedangkan peneliti menggunakan penelitian kualitatif selain itu tempat penelitian yang digunakan, untuk penelitian ini lokasi penelitiannya yaitu media sosial, sedangkan peneliti *caffe shop*.

2. Jurnal yang ditulis oleh Mubarroq dan Aisyah yang berjudul “Pengaruh Intensitas Kebiasaan Nongkrong Terhadap Pembentukan Perilaku *Social Climber* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Panca Marga Probolinggo)”¹⁶ Penelitian tersebut membahas tentang budaya nongkrong mahasiswa yang tengah menjamur mengakibatkan adanya perilaku *social climber*. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengetahui pengaruh perilaku *social climber* terhadap mahasiswa Universitas Panca Marga Probolinggo. Intensitas nongkrong mahasiswa membuat perilaku *social climber* semakin besar, karena para mahasiswa sering meng-*update* status dengan makanan atau minuman yang di beli di *caffe* yang bertujuan untuk memperlihatkan barang yang mereka konsumsi kepada khalayak.

Metode penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode penggalan data yaitu observasi dan survei. Perbedaan penelitian tersebut dengan peneliti dari segi metode penelitian yang mana penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kuantitatif, sedangkan peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif.

¹⁶ Mubarroq dan aisyah, “Pengaruh Intensitas Kebiasaan Nongkrong Terhadap Pembentukan Perilaku *Social Climber* (Studi Pada Mahasiswa Universitas Panca Marga Probolinggo)”,(Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM), Vol 2, No 2. 2021), 265-275

Persamaan penelitian tersebut dengan peneliti yakni topik penelitian yang sama-sama mengangkat tema gaya hidup mahasiswa.

3. Skripsi yang ditulis oleh Nadiya Sahlatul Kholik yang berjudul “Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar *Caffe Shop* (Study Kasus Pada *Caffe Shop* “*Sturbucks*” Di Mall Botani Square Bogor)”¹⁷ dalam skripsi tersebut menjelaskan tentang fenomena keberadaan *caffe shop* terhadap gaya hidup pemuda di *mall botani square* Bogor. Hasil dari penelitian tersebut adalah adanya aktifitas nongkrong di *sturbucks mall botani square* Bogor menciptakan gaya hidup baru bagi para pemuda serta terdapat ketertarikan anak muda untuk mendatangi *sturbuck*.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan cara pengambilan data yakni observasi, wawancara, dan dokumentasi. Perbedaan penelitian ini dengan peneliti terdapat pada lokasi penelitian yang mana lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah *sturbucks* di *mall botani square* Bogor, sedangkan peneliti adalah morojoyo *caffe* dan kancan anyar *caffe*, selain itu terdapat pada objek kajiannya yang mana objek kajian dari penelitian tersebut adalah gaya hidup pemuda sedangkan peneliti aktivitas nongkrong dan komunikasi interpersonal mahasiswa di *caffe shop*.

4. Skripsi yang di tulis oleh Sigit Saputra yang berjudul “Analisis Komunikasi Interpersonal *Custemer Sevice* Dalam Mempertahankan

¹⁷ Nadiya Sahlatul Kholik, “Kajian Gaya Hidup Kaum Mudapenggemar *Cafe Shop* (Study Kasus Pada *Caffe Shop* “*Sturbucks*” Di Mall Botani Square Bogor)”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), 1-148

Pelanggan Telkomsel (Studi Pada Telkomel Grapari Ska Pekanbaru)”¹⁸ dalam penelitian ini menjelaskan tentang komunikasi interpersonal *customer service* dalam mempertahankan pelanggan telkomsel dalam grapari ska pekanbaru. Hasil dari penelitian ini adalah komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh *customer service* terdiri dari 4 tahapan yakni orientasi, pertukaran penjabakan afektif, pertukaran afektif, dan pertukaran stabil.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan cara pengumpulan data yakni wawancara. Perbedaan dari penelitian ini dengan peneliti adalah dari lokasi penelitian yang mana penelitian ini mengambil lokasi penelitian di grapari telkomsel ska Pekan Baru sedangkan peneliti di morojoyo *caffe* dan kancah anyar *caffe*. Selain itu subjek kajian juga berbeda yang mana subjek kajian dari penelitian ini merupakan *customer service* sedangkan peneliti mahasiswa UIN KHAS JEMBER.

5. Skripsi yang ditulis oleh Zhafirah Farras Putri yang berjudul “Konsumerisme Anak Muda Dalam Budaya Nongkrong (Studi Kaus Preferensi *Caffe* Di Jakarta Selatan)”¹⁹ di dalam skripsi tersebut menjelaskan tentang konsumerisme anak muda dalam budaya nongkrong ditemukan hasil penelitian sebagai berikut, pergeseran makna nongkrong

¹⁸ Sigit Saputra, “*Analisis Komunikasi Interpersonal Customer Service Dalam Mempertahankan Pelanggan Telkomsel (Studi Pada Telkomel Grapari Ska Pekanbaru)*”, (Skripsi, Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2020), 1-87

¹⁹ Zhafirah Farras Putri, “*Konsumerisme Anak Muda Dalam Budaya Nongkrong (Studi Kaus Preferensi Cafe Di Jakarta Selatan)*”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020), 1-178

di *caffé shop* merupakan suatu bentuk konsumsi yang identik dengan anak muda. dengan maraknya *caffé shop* anak muda dapat memilih dalam pembentukan identitas sosial mereka. Nongkrong di *caffé* juga tujuannya untuk memamerkan aktifitas mereka di akun media sosial anak muda.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan melakukan observasi dan wawancara. Perbedaan dari penelitian ini dengan peneliti yakni lokasi penelitian dan objek kajiannya yang mana penelitian ini membahas tentang konsumsi anak muda sedangkan peneliti membahas tentang gaya hidup dan interaksi interpersonal mahasiswa akibat nongkrong di *caffé*. Lalu di penelitian ini lokasi kajiannya yakni *caffé* di Jakarta Selatan sedangkan peneliti berlokasi di morojoyo *caffé* dan kancan anyar .

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan
Afwan Syahril Manurung	Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sumatra Utara	Persamaan penelitian tersebut yakni topik membahas tentang komunikasi interpersonal mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian • Lokasi penelitian • Subjek penelitian • Fokus penelitian
Mubarroq dan Aisya	Pengaruh Intensitas Kebiasaan Nongkrong Terhadap Pembentukan Perilaku <i>Social Climber</i> (Studi Pada Mahasiswa Universitas Panca Marga Probolinggo)	Persamaan penelitian ini yakni topik pembahasan mengenai gaya hidup mahasiswa	<ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian • Fokus penelitian • Lokasi penelitian • Subjek penelitian
Nadiya	Kajian Gaya Hidup	Persamaan dari	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi

Sahlatul Kholik	Kaum Muda Penggemar <i>Caffe Shop</i> (Study Kasus Pada <i>Caffe Shop</i> “ <i>Sturbucks</i> ” Di Mall Botani Square Bogor	penelitian ini yakni terdapat pada metode penelitiannya serta topik kajian yang membahas tentang gaya hidup	penelitian <ul style="list-style-type: none"> • Fokus penelitian • Subjek penelitian
Sigit Saputra	Analisis Komunikasi Interpersonal <i>Custemer Sevice</i> Dalam Mempertahankan Pelanggan Telkomsel (Studi Pada Telkomel Grapari Ska Pekanbaru)	Persamaan penelitian tersebut yakni topik membahas tentang komunikasi interpersonal	<ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian • Lokasi penelitian • Subjek penelitian • Fokus penelitian
Zhafirah Farras Putri	Konsumerisme Anak Muda Dalam Budaya Nongkrong (Studi Kaus Preferensi <i>Caffe</i> Di Jakarta Selatan)	Persamaan penelitian tersebut adalah metode penelitiannya yang menggunakan metode penelitian kualitatif	<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi penelitian • Fokus penelitian • Subjek penelitian

B. Kajian Teori

Kajian teoritis merupakan suatu perspektif penelitian. Tujuan teori yang berkaitan dengan penelitian adalah untuk meningkatkan visi peneliti terhadap masalah yang sedang dipecahkan peneliti.

1. Gaya hidup

Kotler dan Keller mengatakan bahwa gaya hidup merupakan cara seseorang untuk menjalani hidup yang diungkapkan melalui aktivitas, minat, dan pendapat. Gaya hidup merupakan interaksi manusia dengan lingkungannya. Sebaliknya menurut Setiadi, gaya hidup itu luas, yang dapat diidentifikasi dari bagaimana seseorang mengalokasikan waktunya

(beraktivitas), apa yang mereka sukai (hobi), dan apa yang dipikirkannya tentang dirinya dan lingkungannya.²⁰

Menurut Alsabiyah, gaya hidup merupakan cara seseorang melakukan aktivitasnya, termasuk sesuatu yang mereka konsumsi, bagaimana mereka menggunakannya, dan pikiran dan perasaan yang mereka miliki setelah menggunakannya. Gaya hidup juga berkaitan dengan reaksi yang sebenarnya konsumen terhadap barang yang mereka beli. Sedangkan, menurut Suharto gaya hidup seseorang dapat diidentifikasi melalui aktivitas, bagaimana mereka membelanjakan uang dan waktu, minat, dan pemikiran mereka tentang lingkungan.²¹

Gaya hidup yang terjadi di suatu golongan masyarakat tentunya berbeda dengan golongan lainnya. Seiring berjalannya waktu gaya hidup yang dilakukan oleh seseorang selalu berputar secara dinamis. Gaya hidup merupakan suatu konsep kontemporer, komprehensif, dan kepribadian. Oleh karena itu, cara memahami konsepsi gaya hidup seperti, bagaimana cara mengukur gaya hidup, bagaimana cara melakukan gaya hidup. Hingga definisi gaya hidup dapat diartikan sebagai pola seseorang untuk bertahan hidup, serta pola seseorang untuk mengeluarkan uang dan mengisi waktu luang. Gaya hidup berfungsi untuk memotivasi konsumen sehingga adanya konsep yang mencerminkan nilai konsumen.²²

²⁰ J. Setiadi, Nugroho, “*Perilaku Konsumen*”, (Jakarta: PT Kencana, 2008), 148

²¹ Mega Sifti Minarti, “*Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee*” , (Batam: Universitas Putera Batam, 2020), 11

²² James F. Engel, et. al., *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994), 383.

Definisi tersebut dapat dikatakan bahwa gaya hidup merupakan sikap manusia yang mencerminkan bagaimana cara mereka hidup, bagaimana mereka menghabiskan waktu luang hingga bagaimana mereka mengeluarkan uang untuk memenuhi kebutuhan mereka. Kepribadian tentu berbeda dengan gaya hidup, Kepribadian dapat diartikan sebagai karakteristik seseorang seperti, bagaimana cara pandang seseorang, bagaimana perasaan seseorang dan seperti apa persepsi seseorang.²³

Gaya hidup dan kepribadian sangat terkait, namun ada hal yang membedakan gaya hidup dan kepribadian, ada dua faktor perbedaan tersebut Pertama, mereka tidak sama secara konseptual. Gaya hidup merujuk pada manifestasi eksternal dari karakteristik tersebut atau cara hidup seseorang, sedangkan kepribadian merujuk pada sifat internal seseorang. Walaupun kedua konsep ini membahas individu, keduanya membahas aspek yang berbeda dari mereka.

Kedua, kepribadian dan gaya hidup seseorang mempunyai pengaruh yang berbeda. Manajer pemasaran harus melakukan segmentasi pasar dengan mengidentifikasi gaya hidup seseorang dan kemudian menganalisisnya melalui persona yang berbeda. Pemasar dapat mengidentifikasi sekelompok besar orang yang secara konsisten terlibat dengan suatu produk dengan mengidentifikasi orang-orang dengan perilaku pembelian, pengguna waktu, dan aktivitas yang konsisten. Setelah segmen ini ditemukan, mereka dapat menggunakan ciri-ciri kepribadian

²³ Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen, Pengembangan Konsep, dan Praktek Dalam Pemasaran*, (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010), 64-66

yang sesuai untuk lebih memahami komponen internal di balik gaya hidup.²⁴

Setiadi menjelaskan masing-masing dimensi (aktivitas, interest, opini/AIO) gaya hidup akan berubah, yakni identifikasi oleh Plummer dan Assael, berikut merupakan tabel inventarisasi gaya hidup²⁵.

Aktivitas	Interest	Opini
Bekerja	Keluarga	Diri sendiri
Hobi	Rumah	Masalah-masalah sosial
Peristiwa sosial	Pekerjaan	Politik
Liburan	Komunitas	Bisnis
Hiburan	Rekreasi	Ekonomi
Anggota club	Pakaian	Pendidikan
Komunitas	Makanan	Produk
Belanja	Media	Masa depan
Olahraga	Prestasi	Budaya

Tabel 3.1. Inventarisasi gaya Hidup
Sumber: J Setiadi Nugroho (2013)

Armstrong berpendapat bahwa orang menerapkan faktor gaya hidup untuk memperoleh suatu objek dengan berbagai proses pengambilan keputusan yang dapat dianggap sebagai gaya hidup. Gaya hidup dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi sikap, pengalaman dan persepsi, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi.

a. Sikap

Sikap adalah suatu kondisi yang dapat mempengaruhi tradisi, adat istiadat, budaya dan lingkungan sosial. Hal ini bertujuan untuk

²⁴ Jhon C. Mowen dan Michael Mino, *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2002), 282

²⁵ Setiadi J Nugroho, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), 82

memberikan respon melalui pengalaman dan mempunyai pengaruh langsung terhadap sikap seseorang.

b. Pengalaman dan observasi

Pengalaman dapat mempengaruhi observasi sosial, pengalaman dapat diperoleh dari kegiatan yang dilakukan dan dipelajari untuk memperoleh pengalaman.

c. Kepribadian

Kepribadian merupakan suatu karakteristik seseorang serta cara berperilaku seseorang, hal tersebut dapat menentukan seperti apa perilaku orang tersebut.

d. Konsep diri

Konsep diri merupakan suatu pendekatan yang untuk menjelaskan bagaimana konsep diri pelanggan yang saling berhubungan. Konsep diri, merupakan inti dari pola kepribadian yang dapat menentukan bagaimana seseorang berperilaku saat menghadapi tantangan dalam hidupnya. Hal tersebut, dapat terjadi karena konsep diri berfungsi sebagai *frame of reference* yang menentukan perilaku seseorang.

e. Motif

Motif dapat dikatakan sebagai perilaku seseorang yang dapat memenuhi kebutuhan mereka agar merasa lebih nyaman dan kebutuhan terhadap prestise. Ada beberapa contoh tentang motif yakni

jika motif seseorang terhadap kebutuhan prestise besar maka dapat membentuk gaya hidup hedonis.

f. Persepsi

Persepsi adalah proses memilih, mengatur, dan menginterpretasikan data untuk menghasilkan gambaran yang signifikan tentang dunia.

Sedangkan menurut Nugraheni, faktor eksternal gaya hidup, yakni:

a. Kelompok Referensi

Kelompok ini dapat mempengaruhi seseorang secara langsung maupun tidak langsung. Kelompok yang mempengaruhi secara langsung adalah kelompok yang saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang mempengaruhi secara tidak langsung adalah kelompok yang saling berinteraksi tetapi bukan merupakan anggota kelompok tersebut.

b. Keluarga

keluarga merupakan pengaruh yang dapat membentuk sikap dan perilaku manusia. Hal ini dikarenakan orang tua mendidik anaknya sedemikian rupa sehingga dapat mengembangkan kebiasaan dan sikap yang secara tidak langsung mempengaruhi cara hidupnya.

c. Kelas sosial

Kelas sosial merupakan suatu kelompok yang ada dalam masyarakat disusun dengan berbagai macam urutan, melalui anggota yang memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Dalam

masyarakat ada dua komponen utama dalam pembagian kelas sosial yakni kedudukan, status, dan peranan. Kedudukan sosial merupakan tempat dimana seseorang dalam melakukan pergaulan, dimana dia dapat dihormati karena hak dan kewajibannya. Kedudukan sosial dapat diperoleh seseorang secara alami atau melalui pendidikan. Posisi tersebut dapat berubah karena adanya peran dari individu yang menjalankan peranan dalam kebudayaan, jika mereka melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya. Pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan yang dimiliki seseorang sebagai anggota masyarakat disebut sebagai budaya. Kebudayaan terdiri dari pola perilaku normatif, seperti pola pikir, perasaan, dan perilaku. Ada dua jenis faktor yang mempengaruhi gaya hidup: internal (sikap, pengalaman, dan pengamatan), kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Faktor eksternal termasuk kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

Puranda & Madiawati mengatakan ada tiga indikator faktor terciptanya gaya hidup sebagai berikut:

- 1) Aktifitas (*Activities*), aktivitas disini dapat dikatakan seperti hobi, belanja, liburan, peristiwa sosial, dan hiburan
- 2) Interst, insert merupakan suatu faktor yang mempengaruhi keputusan seseorang

3) Pendapat (*Opinion*), bisa dikatakan pendapat yakni diri sendiri, masalah sosial, pendidikan, ekonomi, budaya, masa depan, dan produk.²⁶

Budaya nongkrong.

Banyaknya keragaman budaya di Indonesia dapat dilihat dari segi nilai, sikap, cara hidup dalam sebuah kelompok. Hal tersebut disebut sebagai pola aktivitas dengan bentuk kebiasaan, yaitu nongkrong. Budaya nongkrong ini merupakan budaya yang masih eksis di kalangan masyarakat untuk mengisi kebosanan. Di satu sisi budaya nongkrong dapat dikatakan budaya pemalas karena dianggap sebagai aktivitas yang tidak memiliki manfaat. Tetapi, budaya nongkrong dapat menciptakan hal positif seperti bertambahnya kreativitas dalam berpikir maupun berkarya.

Budaya nongkrong dapat dijadikan sebagai media penghibur diri dan berekspresi, dan sebagai sarana bersosialisasi. Tetapi banyak sekali yang berpikiran bahwa budaya nongkrong ini merupakan aktivitas negatif, pasalnya aktivitas tersebut tidak produktif waktu, tanpa tujuan dan maksud yang jelas.²⁷

Budaya nongkrong banyak dipandang sebagai budaya pemalas, karena aktivitas tersebut dianggap sebagai kegiatan yang membuang-buang waktu saja. Tetapi budaya nongkrong memiliki potensi untuk

²⁶ Ibid, 15

²⁷ Fauzi, Punia, dan Kumajaya, *Budaya Nongkrong Anak Muda Di Cafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar)*, Universitas Udayana

mengurangi stres yang berlebihan. Selain itu, budaya nongkrong juga mendorong seseorang untuk lebih kreatif dalam berpikir

Menurut Mira nongkrong mempunyai arti yaitu *kongkow-kongkow* berarti berkumpul bersama teman dan kerabat yang dapat melibatkan perbincangan yang bersifat santai sampai serius, dan biasanya mengunjungi *caffee shop*..²⁸

Ada beberapa manfaat ketika melakukan aktifitas nongkrong di *Caffe Shop*, sebagai berikut:²⁹

1) Menambah relasi

Aktivitas nongkrong atau hangout secara tidak sadar dapat menambah relasi, karena dalam melakukan aktivitas tersebut kita saling bersosialisasi dengan orang sekitar. Contohnya seperti bercerita, curhat atau bahkan membicarakan hal random.

2) Menambah wawasan

Manfaat kedua yakni menambah wawasan. Saat melakukan aktivitas nongkrong kadang kala kita saling bertukar pikiran dengan orang lain, selain itu kita juga mendapatkan informasi dan pemahaman baru atas aktivitas tersebut.

3) Saling menghibur dan memotivasi antar teman

Manfaat selanjutnya yakni menghibur diri dan saling memotivasi antar teman. Saat kita jenuh dengan sesuatu, seperti

²⁹ Ruhil Sabrina, “Tidak Selalu Buang Waktu, Ini 5 Manfaat Nongkrong Bareng Teman”, acces in december 2023 at <https://www.idntimes.com/life/inspiration/ruhil-anadiah-sabrina-1/nongkrong-bareng-c1c2>

pekerjaan kita bisa menghabiskan waktu untuk berkumpul, jalan-jalan, atau nongkrong di *caffè* favorit. Selain itu, itu dapat menjadi tempat untuk memotivasi diri, ketika ada teman yang sedang mengalami masa sulit hendaknya membantu dengan memberikan masukan atau dorongan terhadap teman.

4) Melatih kemampuan berkomunikasi

Manfaat selanjutnya yakni melatih kemampuan berkomunikasi. Kemampuan berkomunikasi sangat penting pada zaman sekarang, Tidak semua orang bisa berbicara dengan baik saat berbicara di depan banyak orang. Akibatnya, dengan berkumpul dan berbicara dengan sering, kita akan tahu kapan dan di mana kita harus menjadi pendengar yang baik dan kapan saatnya untuk memulai pembicaraan.

5) Bertukar ide dan saran

Aktivitas nongkrong memungkinkan dapat bertukar ide dan saran sering terjadi, ketika sedang mengalami kesulitan biasanya ide atau saran dari teman-teman sangat membantu.

Konsumtif

Suyasa dan Fransisca menggambarkan perilaku konsumtif yakni mengonsumsi barang untuk memenuhi keinginan dari pada kebutuhan, yang menyebabkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Konsumtif merupakan orang yang terlalu banyak mengonsumsi barang dan jasa.

Grinder mengungkapkan konsumtif merupakan hasrat manusia untuk bersenang-senang menjadi pola hidup manusia. Sebaliknya, Lubiskonsumtif merupakan perilaku membeli yang disebabkan oleh keinginan yang tidak lagi rasional adalah dikenal sebagai perilaku konsumtif.³⁰

Mothersbaugh mengatakan bahwa perilaku konsumen merupakan seseorang yang menggunakan jasa atau membeli suatu produk dengan harga yang terjangkau, yang mana hal tersebut dapat dilakukan dengan mudah oleh seorang konsumen. Ada faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yakni *perception, cognition, affect, beliefs, sosial* dan lain sebagainya. Oleh karena itu, sebelum menentukan keputusan untuk mengonsumsi produk atau menggunakan jasa akan melakukan hal seperti: *search, choices, preferences, dan communication*, yang di tunjukkan dalam gambar dibawah ini.



Gambar 3.1. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen
Sumber. Wardana. All, 2020

³⁰ Lestriana, all, “*Perilaku konsumtif di kalangan remaja*” , (Indonesian Institut for Counseling, Education and Therapy (IICET), Volume 2 Nomor 2, 2017), 3-4

Persepsi atau *perception* dapat dikatakan suatu proses untuk memperoleh dan memproses informasi yang berdasarkan kepada pengalaman serta pengetahuan seseorang. Kognisi, yaitu pola berpikir tentang diri sendiri, orang lain, serta lingkungan sekitar yang membentuk kontribusi sosial-psikologis dalam menafsirkan, mengingat, dan menerapkan informasi dalam interaksi. Emosi merupakan suatu perasaan yang dimiliki ketika menyukai suatu objek yang menjadi dasar sebuah objek. Keyakinan merupakan keyakinan kognitif tentang kebenaran yang diungkapkan dalam tindakan-tindakan yang sesuai (Proporsional), dan evaluasi subjektif terhadap objek. Masyarakat adalah aktivitas sosial kehidupan yang mengkaji bagaimana individu dan kelompok berinteraksi dengan berbagai proses yang dapat mempengaruhi perilaku mereka dalam hidup.

Pencarian informasi (*Information Searching*) adalah kegiatan orang mencari berbagai informasi yang diperlukan tentang suatu objek dari berbagai sumber media informasi. Alternatif (Pilihan) adalah tindakan seseorang untuk menentukan pilihannya terhadap objek berdasarkan informasi yang diterimanya. Suka (*Preferensi*) adalah emosi yang menyukai objek berdasarkan pengalaman dengan objek sebagai akibat dari pemilihan objek tersebut. Komunikasi adalah proses

pengiriman pesan untuk seseorang berdasarkan pemikiran atau pengalaman tentang suatu objek tertentu.³¹

Perilaku konsumtif merupakan bagian dari proses gaya hidup, jadi perilaku konsumtif hadir ketika melakukan industrialisasi, saat barang-barang diproduksi secara massal dan memiliki permintaan besar dari konsumen. Dalam hal ini, media, baik elektronik maupun massa, memiliki peran strategis untuk menentukan perilaku konsumtif, karena mereka berfungsi sebagai tempat untuk yang menarik minat pelanggan agar membeli produk. Ada tiga komponen perilaku konsumtif yakni:

a) Pembelian Impulsif

Mahasiswa menggunakan uang mereka hanya karena hasrat atau keinginan mereka, tanpa mempertimbangkan apa yang akan terjadi setelahnya, dan biasanya bersifat emosional.

b) Pemborosan

Konsumtif merupakan salah satu jenis sikap boros yang berarti menghabiskan banyak uang tanpa memiliki kebutuhan yang jelas. Selain itu, perilaku konsumtif seringkali dikaitkan dengan pemborosan, yang dapat berdampak negatif pada kehidupan anak muda. Psikologi agama berpendapat bahwa ajaran agama menciptakan norma-norma yang dapat digunakan oleh mereka yang menganutnya untuk memimpin sikap dan perilaku mereka. Dalam upaya memenuhi ketaatan kepada Dzat yang supranatural, norma-

³¹ Aditya Wardhana, *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)*, (CV Media Sains Indonesia :Bandung, 2022), 7-9

norma ini berkontribusi pada pembentukan kepribadian dan keselarasan hubungan sosial

c) Mencari Kesenangan

Tujuan dari perilaku tersebut adalah untuk memperoleh kesenangan. Salah satu cara yang bisa diterapkan adalah kenyamanan fisik yang didasari oleh sifat anak muda yang merasa senang dan nyaman mengenakan pakaian keren.

Swasta dan Handoko mengatakan ada tiga faktor yang mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumen, yaitu faktor internal, eksternal dan psikologis

a. Faktor Internal

Mangkunegara mengatakan bahwa faktor internal yang mempengaruhi perilaku seseorang yakni: kepribadian, motivasi, kepercayaan pengamatan.

b. Faktor Eksternal

Lingkungan dapat mempengaruhi sifat seseorang, tak terkecuali perilaku konsumtif. Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif sebagai berikut: keluarga, kelas sosial, kebudayaan³²

Aktifitas Nongkrong Dalam Perspektif Islam

Aktifitas nongkrong merupakan aktifitas yang sudah tidak asing bagi kalangan anak muda, suatu hal yang terbayangkan ketika mendengar

³² Ibid, 4-5

kata nongkrong adalah berkumpul bersama, bermain game, mengobrol ringan, bernyanyi dan lain sebagainya. Aktivitas nongkrong bukanlah aktifitas yang di larang dalam islam, tetapi juga harus menaati beberapa batasan yang ada dalam islam seperti menundukkan pandangan, menjawab salam dan lain sebagainya. ketika batasan tersebut dilakukan maka aktifitas nongkrong dapat menjadi aktifitas yang positif.³³

Islam menjelaskan beberapa ayat yang membahas tentang pola konsumsi pada surah al-baqarah:168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ ﴿١٦٨﴾

"Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu."

Dalam konsep islam Rasulullah menetapkan etika saat melakukan gaya hidup, sebagai berikut:

a. Keseimbangan dalam konsumsi

Islam tidak diperbolehkan bersikap kikir, oleh karena itu umat islam diwajibkan untuk menyisihkan uang untuk diri, sendiri, keluarga, dan *fi sabilillah*.

b. Membelanjakan harta pada bentuk yang halal

Islam juga membebaskan umatnya untuk membelanjakan harta mereka asalkan yang mereka belanjakan halal dan baik, juga tidak merugikan orang lain. Kebebasan yang diberikan memiliki

³³ Ibid, 10

batasan-batasan tertentu dan tidak mendatangkan bahaya terhadap keamanan dan kemasyalahatan masyarakat.

c. Larangan bersifat *israf* dan *tabzir*

Hidup mewah merupakan gaya hidup yang dapat merusak pribadi seseorang dan masyarakat, karena gaya hidup mewah dapat melalaikan dari hal yang baik dan akhlak yang baik. Ali Abdar-Rasul menilai bahwa gaya hidup mewah amenjadi faktor dekadensi moral masyarakat yang membawa kepada kehancuran masyarakat.

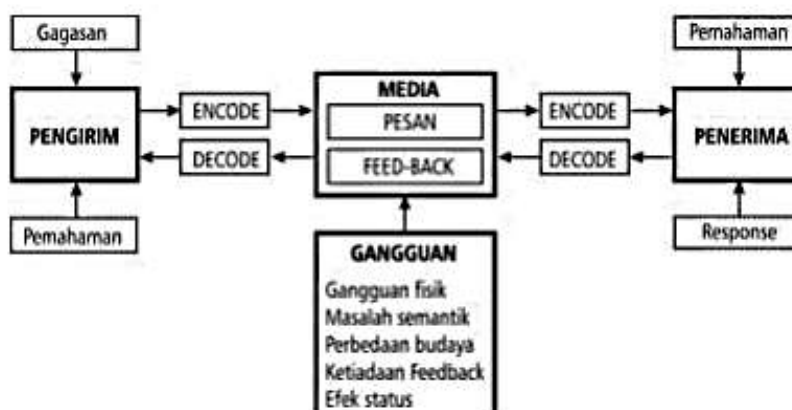
d. Larangan bersikap kikir

Islam mewajibkan umatnya untuk membantu penderitaan dan kekurangan yang sedang di alami orang-orang. Sikap kikir yang merupakan salah satu sikap buruk manusia harus di hilangkan agar menumbuhkan kesadaran atas harta yang mereka miliki, harta tersebut harus diberikan sebagian kepada orang yang membutuhkan.³⁴

2. Komunikasi interpersonal

Dedi Mulyana mengatakan komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar pribadi yang berlangsung secara langsung, dimana penerima pesan diharapkan dapat menerima penyampaian pesan tersebut dan dimana ia dapat memahami isi pesan secara verbal dan non-verbal secara lisan.

³⁴ Ayi Nubaeti, “Konsumsi Dalam Perspektif Islam”, (Azmina : Jurnal Perbankan Syariah, Vol 2 Nomer 1, 2022),17-20



Gambar 3.2. Proses Komunikasi Interpersonal.

Komunikasi interpersonal menjelaskan hanya dua orang yang berpartisipasi di dalamnya jika mereka berkomunikasi secara dekat. Komunikasi interpersonal erat kaitannya dengan hubungan antara komunikator dan orang yang dikomunikasikan. Interaksi mereka saling menguntungkan dan saling bergantung sehingga menghasilkan kepuasan bersama.

Komunikasi interpersonal bersifat prosesual, transaksional, individual, dan menghasilkan makna. **Prosesual**, karena komunikasi interpersonal berlangsung sepanjang waktu. Ini menunjukkan bahwa komunikasi dari masa ke masa berkembang dan menjadi lebih unik. **Transaksional**, karena komunikasi interpersonal pada dasarnya adalah transaksi antara beberapa orang. Sifat transaksional membuat tanggung jawab komunikator untuk menyampaikan pesan menjadi lebih jelas. **Individu**, karena komunikasi interpersonal menyangkut orang sebagai

individu yang berbeda dari orang lain. Pengetahuan **Personal**, karena kita belajar tentang interaksi manusia melalui komunikasi interpersonal.³⁵

Devito mengungkapkan ada tiga cara utama dalam berkomunikasi dengan orang lain. Pertama, batasan-batasan komunikasi antar pribadi didasarkan pada unsur-unsur dasar komunikasi antar pribadi. Mengirim pesan dari satu orang dan menerima pesan dari orang lain atau sekelompok kecil orang disebut komunikasi interpersonal. Mendapatkan umpan balik langsung atau pribadi memiliki efek berbeda. Kedua, batasan komunikasi interpersonal didasarkan pada hubungan yang terjadi ketika komunikasi hanya terjadi antara dua orang yang mempunyai hubungan yang intens. Hal ini dapat terjadi dalam kelompok kecil yang terdiri dari tiga orang ketika mereka berinteraksi satu sama lain. Ketiga, batasan-batasan komunikasi antar pribadi didasarkan pada perkembangan, dimana komunikasi antar pribadi dipandang sebagai suatu siklus komunikasi dari hubungan yang bersifat impersonal menuju hubungan yang lebih bersifat pribadi. Perkembangan hubungan ini biasanya diawali dengan hubungan impersonal dan diakhiri dengan komunikasi interpersonal.

Gerald Miller mengevaluasi unsur-unsur yang membedakan komunikasi interpersonal dengan komunikasi impersonal. Pertama, dalam komunikasi interpersonal, bereaksi terhadap orang lain dengan anggota kelompok berdasarkan data psikologis atau perbedaan diri sendiri. Namun, dalam komunikasi impersonal, berinteraksi dengan orang lain

³⁵ Nur Maghfirah Astetika, "*Komunikas Interpersonal*", (Umedia Press: Sidoarjo, 2018), 9-11

berdasarkan data sosiologis atau kelompoknya. Kedua, dalam komunikasi interpersonal, menjelaskan terkait pengetahuan yang berkaitan dengan diri sendiri. Hal tersebut dapat mengakibatkan kebiasaan sosial tidak berfungsi sehingga individu yang menentukan aturan tersebut. Ketiga, karakteristik yang memiliki tingkatan yang berbeda. Pada tingkat tertentu, seseorang bereaksi terhadap orang lain berdasarkan data psikologis mereka, sebagian besar berdasarkan asumsi mereka tentang perilaku orang lain, dan sebagian besar berdasarkan aturan yang ditetapkan bersama.³⁶

Richard L. Weaver menjabarkan karakteristik komunikasi antar pribadi yang mana terdapat delaman karakteristik antara lain:

- a. Melibatkan paling sedikit dua orang

Weaver mengungkapkan komunikasi antar pribadi menghubungkan dua orang biasanya disebut A Dyad. Jadi komunikasi interpersonal sebenarnya dilakukan oleh dua orang paling sedikit untuk melakukan komunikasi.

- b. Adanya umpan balik atau *feedback*

Umpan balik merupakan sebuah respon yang di berikan oleh komunikan kepada komunikator. Dalam komunikasi antar peibadi kebanyakan selalu melakukan umpan balik. Salah satu jenis komunikasi antar pribadi adalah hubungan langsung antara sumber

³⁶ Tuti Bahfiarti, “Komunikasi Interpersonal (Dalam Aplikasi Riset)” (UPT UNHAS Pres: Sulawesi Selatan, 2020), 5-6

dan penerima. Hal tersebut biasanya dikatakan sebagai pesan bersamaan.

c. Tidak harus tatap muka

Komunikasi antar pribadi tidak harus dilakukan secara langsung. Jika ada komunikasi yang sudah terbentuk, dimana dua orang saling memahami satu sama lain, kehadiran fisik tidak terlalu penting. Namun, Weaver berpendapat bahwa komunikasi tanpa interaksi langsung tidak ideal, meskipun tidak perlu dalam komunikasi antar pribadi. Menurutnya, kehilangan kontak langsung berarti kehilangan komponen umpan balik yang paling penting, dan dia memberi saran penting untuk menyampaikan emosi yang hilang. Namun, interaksi tanpa kehadiran fisik juga dimungkinkan.

d. Tidak harus bertujuan

Komunikasi interpersonal dapat dilakukan tanpa disadari. Kita bisa memilih untuk tidak mendekati seseorang karena kekasarnya atau tindakannya yang tidak kita setujui. Orang-orang ini mungkin mengatakan sesuatu tanpa maksud atau sengaja, namun pesan tersebut bertindak sebagai sinyal. Dengan kata lain, pesan telah dikirim dan ditafsirkan.

e. Menghasilkan beberapa pengaruh atau *effect*

Dampak atau akibat tidak harus nyata, tetapi harus terjadi. Salah satu contoh komunikasi interpersonal yang tidak efektif adalah

ketika kita berbicara dengan seseorang menggunakan mesin yang mengeluarkan suara saat mengirimkan pesan.

f. Tidak harus menggunakan kata-kata

Maksudnya adalah ketika sedang berkomunikasi kita tidak harus berkata-kata, hal tersebut sama dengan komunikasi nonverbal. Contohnya, seorang suami telah memutuskan untuk pulang dari pesta jika dia mengedipkan matanya untuk memberi tahu istrinya bahwa dia harus pulang. Pesan nonverbal, seperti menatap, menyentuh, atau membelai kepala seorang anak atau kekasih, memiliki makna yang lebih besar daripada yang dapat disampaikan dengan kata-kata.

g. Dipengaruhi oleh konteks

Komunikasi yang terjadi terkait dengan konteks yang mencakup apa yang dikatakan sebelum dan sesudahnya. Konteks ini dapat memengaruhi apa yang diharapkan para partisipan, apa yang mereka pahami, dan bagaimana mereka berperilaku di masa depan.

h. Dipengaruhi kegaduhan atau *noise*

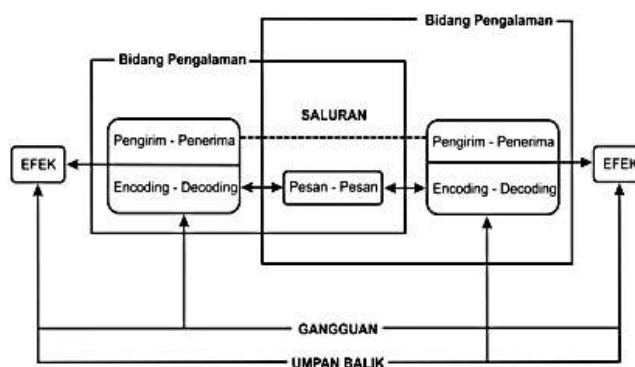
Noise adalah setiap rangsangan atau stimulus yang mengganggu proses pembuatan pesan. Ini dapat bersifat eksternal, internal, atau semantik.³⁷

Unsur-Unsur Komunikasi Interpersonal

Pada dasarnya ciri-ciri komunikasi interpersonal terdiri dari proses dan transaksi simbolik yang dapat mengubah sikap dan perilaku

³⁷ Ibid, 12-16

pihak-pihak yang berinteraksi. Bentuk komunikasi ini dapat dilakukan secara langsung maupun melalui media yang memuat pesan-pesan verbal dan non-verbal. Salah satu ciri komunikasi interpersonal menurut DeVito terdiri dari unsur-unsur berikut: pengirim-penerima, *Encoding- Decoding* , pesan, saluran, gangguan, umpan balik, konteks, bidang pengalaman, dan akibat, sebagaimana disebutkan di bawah ini:



Gambar 3.3. Unsur-Unsur Komunikasi Interpersonal
Sumber: Tuti Bahfiarti 2020

a. Pengirim-Penerima

Unsur pertama dari komunikasi melibatkan pengirim dan penerima, yang dapat berupa dua atau tiga individu, dan mereka dapat berperan secara bergantian selama proses komunikasi.

b. *Encoding- Decoding*

Encoding adalah proses di mana pesan yang dikirim dikodekan dengan kata-kata, simbol, dan lainnya selama melakukan komunikasi. Proses *decoding* adalah proses di mana pesan yang diterima diinterpretasikan dan dipahami.

c. Pesan (*Massege*)

Pesan yang disampaikan saat melakukan komunikasi interpersonal biasanya bersifat verbal (lisan), nonverbal (ekspresi wajah, kedipan mata, mimik wajah dan lain sebagainya)

d. Saluran (*Chanel*)

Saluran digunakan untuk mentransfer pesan dari pengirim ke penerima. Saluran tatap muka digunakan untuk komunikasi interpersonal. Namun, beberapa orang menggunakan sarana atau sarana komunikasi seperti telepon, pesan teks, email, surat, dan panggilan video.

e. Gangguan (*Noice*)

Jenis gangguan fisik dalam komunikasi interpersonal antara lain gangguan yang datang dari luar dan menghalangi penyampaian suatu pesan. Apabila terdapat perbedaan nilai, sikap, keyakinan, perasaan, dan status, maka hal tersebut dianggap sebagai gangguan psikologis. Sebaliknya, bila kata atau simbol yang digunakan mempunyai makna atau makna ganda, maka disebut gangguan semantik.

f. Umpan balik (*Feedback*)

Umpan balik merupakan suatu ciri khas dari komunikasi interpersonal. Hal tersebut dapat terjadi ketika seseorang berbicara satu sama lain. Pesan nonverbal (seperti anggukkan kepala, senyuman, mengerutkan dahi, dan lain-lain) dan umpan balik secara

verbal (seperti pertanyaan atau jawaban) adalah ciri khas komunikasi interpersonal.

g. Konteks

Komunikasi antara pengirim dan penerima pesan sangat dipengaruhi oleh konteks. Dalam komunikasi interpersonal, biasanya terdapat dua kategori konteks: konteks fisik (tempat komunikasi berlangsung). Dimensi sosial (kedudukan dan peran pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi, peran, norma budaya, formal dan informal), dimensi psikologis: keinginan, kebutuhan, motivasi dan sikap yang dapat mempengaruhi lamanya komunikasi.

h. Bidang pengalaman (*Field of Experience*)

Komunikasi yang efektif antara pengirim dan penerima bergantung pada pengalaman serupa seperti minat, budaya, preferensi, jenis kelamin, keturunan dan pengalaman masa lalu untuk memastikan komunikasi yang efektif antara pengirim dan penerima.

i. Akibat (*Effect*)

Akibat (*effect*) yang dapat terjadi pada pengirim dan penerima dalam komunikasi interpersonal juga terlibat seperti pengetahuan, sikap, dan perilaku dapat dipengaruhi oleh perubahan akibat. Pengaruh didefinisikan sebagai perubahan pikiran, perasaan, dan tindakan penerima sebelum dan sesudah pesan diterima.³⁸

³⁸ Ibid, 7-11

Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah suatu bentuk komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan secara tertulis atau lisan. Komunikasi verbal sangat mudah disampaikan karena melibatkan pemikiran, gagasan atau keputusan yang dikomunikasikan secara verbal. Dalam komunikasi lisan diasumsikan bahwa komunikator (baik pendengar maupun pembaca) mampu memahami pesan yang disampaikan. Salah satu contohnya adalah penggunaan media untuk memungkinkan komunikasi verbal, seperti orang berbicara di telepon.

Menurut Mulyana semua simbol yang menggunakan satu kata atau lebih disebut simbol atau pesan verbal. Bahasa juga merupakan suatu kode yang bersifat non verbal. Rakhmat membagi bahasa menjadi dua kategori: fungsional dan formal. Bahasa dapat dianggap sebagai sarana yang digunakan untuk menyampaikan ide. Yang dimiliki bersama karena bahasa hanya dapat digunakan oleh orang-orang yang setuju untuk menggunakannya.

Terdapat dua jenis komunikasi verbal diantaranya yaitu berbicara dan menulis, mendengarkan dan membaca.

a. Berbicara dan Menulis

Berbicara merupakan komunikasi verbal-vokal, sedangkan menulis merupakan komunikasi verbal-nonvokal. Presentasi dalam rapat merupakan contoh dari komunikasi verbal-vokal, dan surat-

menyurat bisnis merupakan contoh dari komunikasi verbal-nonvokal.

b. Mendengarkan dan Membaca

Mendengarkan merupakan hasil dari makna yang telah di dengar, hal tersebut meliputi 4 hal yakni: mendengar, memperhatikan, memahami, dan mengingat. Sedangkan membaca merupakan cara untuk mendapatkan informasi dari tulisan.³⁹

Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal merupakan suatu proses komunikasi ketika pesan yang disampaikan tidak diucapkan. Komunikasi nonverbal sering digunakan dan dibandingkan dengan komunikasi verbal. Komunikasi nonverbal hampir selalu digunakan saat berbicara. Karena itu, komunikasi nonverbal bersifat tetap dan selalu ada. Komunikasi nonverbal lebih jujur saat mengungkapkan sesuatu secara spontan. Selain itu, komunikasi nonverbal dapat didefinisikan sebagai tindakan manusia yang secara sengaja dikirimkan dan dianggap memiliki tujuan yang dapat menghasilkan umpan balik dari penerima. Dengan kata lain, setiap cara di mana orang berkomunikasi tanpa menggunakan simbol verbal seperti kata-kata, baik dalam tulisan maupun percakapan. Gesture, warna, dan mimik wajah adalah beberapa contoh lambang yang dapat digunakan dalam komunikasi non verbal.

³⁹ Tri Indah Kusumawati, "Komunikasi Verbal Dan Nonverbal", (Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan Dan Konseling, Vol. 6, No. 2, Edisi Juli-Desember 2016), 86-90

Komunikasi nonverbal adalah bahasa isyarat, ekspresi wajah, kode, simbol, pakaian seragam, warna dan intonasi vokal. Berikut beberapa contoh komunikasi non-verbal:

- a. Bersalaman, bersalaman merupakan bentuk komunikasi verbal karena saling bersentuhan antara komunikan dan komunikator, seperti memegang tangan, bercum tangan.
- b. Kinetika atau gerak tubuh, kinetika atau gerak tubuh meliputi kontak mata, ekspresi wajah, gerak tubuh dan posisi tubuh. Gerakan tubuh biasanya digunakan sebagai pengganti kata-kata atau kalimat untuk menunjukkan atau mengilustrasikan perasaan, untuk mengatakan ya, atau untuk mengilustrasikan atau menjelaskan.
- c. Vokal, Elemen nonverbal ucapan, atau cara berbicara, disebut vokal. Contohnya termasuk nada bicara, nada suara, keras atau lemahnya suara, kecepatan berbicara, kualitas suara, intonasi, dan lainnya
- d. Kronemik adalah bidang yang mempelajari penggunaan waktu dalam komunikasi non-verbal. Hal ini mencakup ketepatan waktu, jumlah aktivitas yang dilakukan dalam jangka waktu tertentu, dan durasi yang dianggap sesuai untuk aktivitas tersebut.⁴⁰

Komunikasi interpersonal dalam perspektif islam

Dalam islam komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang dilakukan melalui beberapa metode. Di dalam al quran ada beberapa konsep untuk menyampaikan pesan diantaranya *balagh*, *da'wah*, *basher*,

⁴⁰ Ibid, 90-92

nadhar, tadhkirah, dan mawid'zab. Meski Al Quran tidak menjelaskan secara spesifik terkait komunikasi tetapi ada beberapa konsep umum dari Al Quran, sebagai berikut:

- a. *Qulan Sadida* yaitu dengan menyampaikan pesan dengan cara yang benar, karena untuk mencapai kebenaran amal diperlukan penyampaian pesan yang benar. Kejujuran diperlukan untuk menciptakan komunikasi yang baik. Kejujuran diartikan sebagai kesesuaian antara yang diucapkan dengan sebenarnya, dan kejujuran ketika berbicara dengan orang lain.
- b. *Qulan Maysura* artinya berkata sopan, tidak menghina, merendahkan orang lain, memermalukan orang lain dan meniadakan segala kebaikan yang telah diberikan kepada orang lain. *Qaul maysura* pada dasarnya berarti segala perkataan yang baik hati, lemah lembut dan menghibur. Komunikator harus menyampaikan informasi dalam bahasa yang menyenangkan atau menyemangati untuk menumbuhkan optimisme pada orang yang diajak bicara.
- c. *Qulan Layyinan* dapat mengendalikan emosi, memahami lawan bicara, dan berbicara dengan lembut. Kata-kata lembut menunjukkan kepribadian komunikator ketika menyampaikan pesan dengan tenang dan mampu menghadapi situasi yang terkadang tidak berjalan sesuai keinginan. *Qaula layyinan* merupakan ungkapan saran, ajakan, dan contoh yang diberikan oleh komunikator untuk meyakinkan komunikasi bahwa pesannya benar dan logis.

- d. *Qulan Kariman* adalah kata-kata yang selalu baik hati, penuh rasa hormat dan menggambarkan akhlak terpuji, sehingga lawan bicaranya menggunakan bahasa yang santun, sehingga lawan bicaranya merasa senang, dihormati dan terpuji.
- e. *Qaulan Ma'rufan* artinya ucapan yang bijak, terdiri dari ungkapan ramah, baik hati, tidak kasar, dan tidak menyakitkan hati. Ini juga mencakup percakapan yang bermanfaat dan mendorong kebaikan.
- f. *Qulan Baligha* adalah kata-kata yang mempunyai makna jelas. *Baligha* mengandung unsur penting yaitu bahasa yang tepat serta perkataan yang benar. Komunikasi yang efektif adalah komunikasi dimana komunikator harus menggunakan kata-kata yang sederhana, fokus, komunikatif, mudah dimengerti dan langsung pada pokok permasalahan.⁴¹

3. Mahasiswa

Mahasiswa adalah seseorang yang menuntut ilmu di perguruan tinggi seperti universitas ilmu terapan, gimnasium, institut atau universitas. Siswoyo menyatakan, mahasiswa dapat diartikan sebagai mereka yang menempuh pendidikan lanjutan baik di perguruan tinggi swasta maupun negeri. Penilaian mahasiswa berkaitan dengan kecerdasan yang tinggi dalam berpikir dan merencanakan kegiatan. Keterampilan

⁴¹ Muhamad Bisri Mustofa, Siti Wuryan, Rosidi. “*Urgensi Komunikasi Interpersonal Dalam Al-Qur’an Sebagai Pustakawan*”, (AL-HKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Budaya, Volume 11 Nomor 2 (2020), 90-91

berpikir dan berlaku kritis merupakan sifat yang tetap ada dalam diri mahasiswa.⁴²

Sarwono mengatakan mahasiswa merupakan orang yang tengah menempuh pendidikan di perguruan tinggi dengan kisaran umur dari 18-30 tahun. Mahasiswa merupakan calon cendekiawan yang ada di dalam masyarakat dengan spesifikasi tertentu.

Sebagai generasi penerus bangsa yang memegang tongkat estafet pembangunan bangsa dan calon pemimpin masa depan yang memimpin negara, maka idealnya mahasiswa harus mempunyai sifat-sifat yang terpuji. Orang-orang yang mempunyai kualitas terpuji inilah yang mampu membawa bangsa menuju kemajuan.⁴³

Syiful Arifin mengatakan bahwa ada beberapa hal yang sangat melekat pada diri mahasiswa, sebagai berikut:

- a. *Agen of Change*, mahasiswa dituntut menjadi agen perubahan, maksudnya adalah jika ada suatu permasalahan yang ada di masyarakat maka mahasiswa diwajibkan untuk menyelesaikan hal tersebut sesuai harapan.
- b. *Sosial Control*, mahasiswa diwajibkan untuk mengontrol sosial, selain dituntut untuk memiliki kemampuan akademis mahasiswa diharapkan untuk bersosialisasi dengan lingkungan sekitar.

⁴² Lisa Dwi Lastary, Anizar Rahayu, *Hubungan Sosial Dan Self Efficacy Dengan Prokrastinasi Akademis Mahasiswa Perantau Yang Berkuliah Di Jakarta* (Journal Fakultas Psikologi Universitas Persada Indonesia: IKRAITH-HUANIORA, Vol 2, No. 2, Maret 2018), 17

⁴³ Luhut Mawardi Sihombing, *"Pendidikan dan Karakter Mahasiswa di Perguruan Tinggi"*. (Jurnal Christian Humaniora, Vol.4, No.1, May 2020), 105-106

- c. *Iron Stock*, mahasiswa diharuskan untuk menggantikan posisi di pemerintahan, maksudnya mahasiswa ini merupakan generasi penerus untuk memimpin bangsa.
- d. *Moral Vorce*, mahasiswa diwajibkan untuk menjaga moral, jfika ada sesuatu yang dapat dikatakan tidak bermoral, mahasiswa diwajibkan untuk mengubah hal tersebut.⁴⁴

Ada tiga peranan dan fungsi yang sangat relevan dengan mahasiswa, sebagai berikut:

- a. Pertama, peranan moral: di dunia perkuliahan merupakan tempat di mana semua mahasiswa memiliki kebebasan untuk memilih bagaimana mereka akan menjalani kehidupan mereka. Oleh karena itu, setiap mahasiswa memiliki tanggung jawab moral sebagai individu untuk menjalani kehidupan yang bermoral dan sesuai dengan norma masyarakat.
- b. Kedua, adalah peranan sosial. Mahasiswa tidak hanya memiliki tanggung jawab individu tetapi juga memiliki peranan sosial. Artinya, mereka harus berbuat baik untuk lingkungan sekitar mereka dan untuk diri mereka sendiri.
- c. Ketiga, peran intelektual. Sebagai individu yang diakui sebagai insan intelek, mahasiswa harus memiliki kemampuan untuk mewujudkan posisi tersebut dalam kehidupan nyata. Dengan kata lain, menyadari

⁴⁴ Syamsul Arifin, *Mahasiswa dan Organisasi*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2014), 23

betul bahwa tugas utama siswa adalah menantang ilmu pengetahuan dan meningkatkan kapasitas intelektual mereka selama pendidikan.

Selain itu mahasiswa memiliki hak yang istimewa yang mana dikelompokkan menjadi tiga fungsi, sebagai berikut:

a. Mahasiswa sebagai *social control*

Mahasiswa yang telah memperoleh pendidikan yang memungkinkan kemampuan intelektual, kepekaan sosial dan sikap kritis diharapkan dapat mengarahkan kehidupan bermasyarakat dengan memberikan kritik, saran dan solusi terhadap permasalahan masyarakat dan masyarakat nasional. Peran peserta didik sebagai konselor sosial muncul ketika terjadi sesuatu yang tidak beres atau aneh di masyarakat. Tugas mahasiswa untuk memberontak terhadap ketidakjujuran birokrasi yang dianggap lumrah. Jika tidak peduli terhadap lingkungannya, maka tidak ada harapan bagi kehidupan negara di masa depan. Mahasiswa harus mengembangkan kesadaran sosial karena mereka adalah bagian dari masyarakat. Kepedulian ini tidak hanya terlihat dalam aksi demonstrasi atau jalan-jalan saja, namun juga terlihat melalui pemikiran inovatif, debat atau bantuan moril dan material kepada masyarakat dan masyarakat..

b. Mahasiswa sebagai *agen of change*

Mahasiswa merupakan agen perubahan juga. Maksudnya bertindak bukan seperti pahlawan yang datang ke negara bagian dan dengan gagah mengusir para penjahat sambil pergi dengan tepuk

tangan rakyat. Dengan kata lain, mahasiswa tidak hanya berpartisipasi dalam perubahan, tetapi juga berperan sebagai pelakunya. Para pemimpin yang tidak kompeten dapat bersikap cemas dan marak karena mahasiswa memiliki sikap kritis yang positif, yang seringkali dapat menghasilkan perubahan besar. Pemimpin bangsa ini telah melakukan banyak kesalahan dan ketidakadilan. Sudah seharusnya mahasiswa mempertimbangkan kembali dan mengubah situasi tersebut. Selain mempertahankan identitasnya sebagai mahasiswa dan bangsa Indonesia, perubahan yang dimaksud adalah perubahan yang menguntungkan.

c. Mahasiswa sebagai *iron stock*

Mahasiswa mempunyai peran sebagai generasi penerus bangsa. Diharapkan mereka mempunyai kemampuan, ketrampilan dan akhlak yang kuat untuk menjadi pemimpin sejati di masa depan. Mahasiswa adalah aset, sumber daya dan harapan masa depan negara. Mahasiswa merupakan aset penting karena merupakan calon pemimpin bangsa masa depan yang menggantikan generasi sebelumnya. Oleh karena itu, tidak cukup hanya memberikan pengetahuan profesional saja, tetapi juga soft skill seperti empati, kepemimpinan, dan life skill.⁴⁵

⁴⁵ Aris Kurniawan, "Pengertian Mahasiswa Menurut Para Ahli Beserta Peran Dan Fungsinya", *Guru Pendidikan.Com: November 2023, Acces In December At <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-mahasiswa/>*

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendalami suatu fenomena dalam status sosial, mengutamakan komunikasi yang bersifat intens antara peneliti dengan fenomena yang diteliti, seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dengan menggunakan penjabaran secara menyeluruh.

Menurut Sugiyono, metode penelitian kualitatif menurut filosofi *postpositivisme* digunakan untuk mempelajari kondisi objek alam (bukan eksperimen). Peneliti menggunakan instrumen primer dalam penelitian ini dan sumber datanya diuji. Triangulasi (kombinasi) digunakan sebagai metode pengumpulan data, dan analisis data dilakukan secara induktif atau kualitatif..

Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk memahami fenomena-fenomena yang dialami oleh narasumber, seperti persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lain, meng gambarkannya dengan kata-kata dan bahasa pada lingkungan alam serta menggunakan teknik alam yang berbeda..

Jenis penelitian yang diaplikasikan di penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus merupakan pendekatan penelitian yang menyelidiki tentang fenomena yang terjadi di kehidupan sehari-hari. Menurut Faesol studi kasus

adalah penelitian yang berfokus dengan fenomena yang terjadi di lingkungan yang diteliti secara mendalam, detail, insentif, dan komprehensif.⁴⁶

Menurut Wahyuningsin mengatakan bahwa studi kasus merupakan pendekatan penelitian yang mengeksplorasi suatu kasus atau beragam kasus yang terjadi di lingkungan sekitar dengan cara pengumpulan data secara mendalam serta kaya akan sumber informasi yang di kumpulkan dalam sebuah konteks.

studi kasus merupakan penelitian yang berfokus pada fenomena yang dikaji secara mendalam, detail, insentif, dan komprehensif baik dilakukan secara perorangan, kelompok, lembaga, yang bertujuan untuk mengetahui lebih dalam terkait fenomena tersebut. Fenomena yang digunakan dalam stusi kasus merupakan fenomena yang bersifat fakta, yang sedang menjadi perbincangan publik, dan yang tengah terjadi saat ini.

Ada beberapa komponen penting pada studi kasus dalam penelitian kualitatif, antara lain:

1. Pertanyaan penelitian

Jenis pertanyaan dapat bervariasi, tetapi yang paling umum adalah "siapa, apa, dimana, bagaimana, dan mengapa". Selanjutnya, sifat pertanyaan: penelitian membuat pertanyaan tersebut jelas.

2. Proposisi

Perhatian peneliti yang berfokus pada topik peneliian yang diteliti.

3. Unit analisis

⁴⁶ Ibid, 12-29

Unit analisis merupakan masalah yang ditemui dilapangan yang bertujuan untuk menentukan maksud dari kasus dalam penelitian tertentu,

4. Logika yang mengaitkan data dengan proposisi
5. Kriteria menginterpretasikan hasil temuan.⁴⁷

B. Lokasi penelitian

Lokasi penelitian merupakan hal yang krusial dalam melaksanakan penelitian terutama dalam penelitian kualitatif. Jadi, lokasi penelitian yang di pilih adalah Kancuh Anyar *Caffe* dan Morojoyo *Caffe*, karena tempat tersebut ramai di kunjungi oleh mahasiswa, serta mendapatkan reting tinggi di google.

C. Teknik pengumpulan data

Subjek yang dimaksudkan disini adalah sumber data yang di ingin di peroleh oleh peneliti, siapa yang akan menjadi narasumber, bagaimana cara menggali data dari narasumber, apakah data yang di peroleh sudah valid.

Penentuan subjek ini menggunakan metode *purposive* yang mana penentuan sumber data dari narasumber melalui pertimbangan dan tujuan peneliti.⁴⁸

Metode *Purposive* merupakan teknik pengumpulan data yang mana peneliti menentukan kriteria informan yang akan menjadi narasumber. Kriteria yang dimaksud digunakan untuk menggambarkan demografi responden, seperti usia, jenis kelamin, dan apakah mereka menggunakan produk tersebut atau tidak.

⁴⁷ Ratnaningtyas, Ramli, Syafruddin, all., "*Metodologi Penelitian Kualitatif*", (Aceh: Yayasan penerbit muhammad zaini, 2022), 101-105

⁴⁸ Sugiono, "*Metode penelitian kualitatif*", (Bandung: Alfabeta, 2017), 216

Menurut Sugiono penentuan pada sumber data yang dilakukan secara purposive adalah memilih dan mempertimbangkan narasumber dengan tujuan tertentu. Sedangkan, Margono menyatakan bahwa metode *purposive* sampling digunakan untuk memilih sekelompok subjek berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap memiliki korelasi yang kuat dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya.⁴⁹ Penulis menggunakan teknik *purposive* dengan menetapkan beberapa pertimbangan tertentu yang harus dipenuhi oleh informan yang digunakan dalam penelitian ini.

Kriteria Informan Penelitian;

1. Gaya hidup mahasiswa UIN KHAS JEMBER yang sering melakukan aktivitas nongkrong minimal 1x per minggu.
2. Pengunjung kedai kopi Kancah Anyar *Caffe* dan Morojoyo *Caffe*
3. Pengunjung *caffe* yang tergolong sedang melakukan aktivitas yang sama dengan topik peneliti.
4. Pengunjung *caffe* yang mempunyai waktu untuk dimintai informasi
5. Pengunjung *caffe* yang bersedia di wawancarai

D. Analisis data

Menurut Miles dan Hubennen, data kualitatif melakkan analisis secara interaktif dan berlanjut hingga penyelesaian teknis untuk menjamin kelengkapan data yang dihasilkan. Berikut langkah-langkah analisis kualitatif:

⁴⁹ Ibid, 52

1. kondensasi data.

Abstraksi data adalah proses memilih, menyelaraskan, menyederhanakan, mengabstraksi data catatan lapangan. Seperti halnya hasil wawancara, dokumen, dan data lain yang ditemukan, tujuannya untuk memperkuat informasi penelitian yang tersedia di lapangan. Rangkuman data dapat diartikan sebagai analisis data yang bertujuan untuk mempertajam, memilah, menyaring, membuang dan mengorganisasikan data untuk menarik kesimpulan

2. Reduksi data

Reduksi data merupakan pememilihan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasikan data yang didapatkan dari catatan lapangan. Reduksi data menyederhanakan data yang dihasilkan untuk menarik kesimpulan. Dengan kata lain, hasil catatan lapangan yang telah dikumpulkan diseleksi kembali untuk mengumpulkan data apa saja yang digunakan.

3. Penyajian data

Penyajian data dalam bentuk uraian, diagram, hubungan antar kategori atau teks naratif, penyajian data yang baik merupakan salah satu cara memperoleh data yang valid untuk analisis kualitatif

4. Kesimpulan dan pengendalian

Miles dan Kesimpulan Huberman merupakan kesimpulan yang diambil bersifat awal sehingga dapat berubah sewaktu-waktu ketika data yang di kumpulkan kurang kuat.

E. Keabsahan data

Keabsahan data melibatkan sejumlah faktor yang selanjutnya dapat mempengaruhi kualitas penelitian. Teknik yang digunakan peneliti adalah teknik triangulasi atau biasa disebut dengan kombinasi beberapa data. Triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang menyatukan informasi dari banyak informasi yang ditemukan.

Triangulasi teknik merupakan jenis triangulasi yang diaplikasikan dalam penelitian ini. Hal ini dilakukan dengan memeriksa catatan yang sama dengan mengaplikasikan teknik yang sedikit berbeda. Informasi yang didapatkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi.

F. Tahapan-tahapan Penelitian

1. Persiapan

Langkah pertama dalam penelitian adalah merencanakan wawancara dengan bahan wawancara seperti izin, alat dokumentasi dan sumber

2. Implementasi

Mendatangi lokasi penelitian dan melampirkan surat izin kepada pihak terkait. Kemudian menyertakan dokumentasi dan wawancara jika proses ini harus berterima kasih kepada narasumber yang bersedia diwawancarai.

3. Tahap Analisis Data

Setelah melakukan wawancara, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis dari hasil data yang diperoleh dari narasumber, setelah itu data tersebut diteliti terlebih dahulu agar tidak terjadi kesalah pahaman. Jika hasil data yang di dapatkan sudah sesuai dengan rencana yang sudah disiapkan

oleh peneliti, maka penelitian tersebut dapat disusun secara sistematis melalui pembuatan laporan kemudian laporan tersebut dapat di pertanggung jawabkan



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Objek Penelitian

Penelitian yang diteliti oleh peneliti yang berjudul aktivitas nongkrong dan komunikasi interpersonal mahasiswa di *caffé shop* dalam perspektif islam (studi mahasiswa UIN KHAS JEMBER), yang akan meneliti dua *caffé* yakni Kancah Anyar *Caffe* dan Morojoyo *Caffe* sebagai tempat mahasiswa untuk melakukan komunikasi interpersonal, sebagai berikut:

1. Kancah Anyar Cafe



Gambar: 4.1 Logo Kancah Anyar Caffe

Kancah Anyar Caffe merupakan *caffé* yang beralamat di Perum Pesona Surya Millenia, Jl Mataram No. B2/ 44, Karang Miuwo, Mangli, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur. *Caffe* ini merupakan *caffé* yang banyak digemari oleh anak muda, selain menyediakan makanan yang murah, tetapi tempat tersebut nyaman untuk bersantai, maupun berdiskusi bersama. Konsep yang di gunakan *caffé* tersebut yakni lesehan dengan di balur tanaman bambu yang membuat suasana *caffé* menjadi menenangkan dan menarik bagi sebagian orang, selain itu tempat yang disajikan juga cukup luas sehingga pengunjung dapat berlama-lama di sana. selain itu, Kancah Anyar Caffe buka setiap

hari mulai dari pukul 08.00-23.00 WIB. Menu makanan yang disajikan oleh *caffè* tersebut juga bervariasi mulai dari Rp. 5.000- Rp. 13.000.⁵⁰

Berikut merupakan menu *Kancah Anyar Caffe*:

No	Daftar Menu	Harga
1.	Teh Hot/ Ice	Rp. 5.000
2.	Jeruk Hot/ Ice	Rp. 6.000
3.	Lemon Tea Hot/Ice	Rp. 7.000
4.	Susu Hot/Ice	Rp. 7.000
5.	Susu Jahe	Rp. 8.000
6.	Wedhang Jahe	Rp. 7.000
7.	Joshua	Rp. 7.000
8.	Millo Hot/Ice	Rp. 7.000
9.	Kukubima Susu	Rp. 7.000
10.	Soda Gembira	Rp. 10.000
11.	Majito Melon	Rp. 10.000
12.	Majito Jeruk	Rp. 10.000
13.	Majito Strawberry	Rp. 10.000
14.	Kopi Hitam	Rp. 5.000
15.	Kopi Arabica	Rp. 5.000
16.	Kopi Robusta	Rp. 5.000
17.	Kopi Susu	Rp. 5.000
18.	White Coffe	Rp. 5.000
19.	Taro	Rp. 10.000
20.	Avocado	Rp. 10.000
21.	Matcha	Rp. 10.000
22.	Red Velved	Rp. 10.000
23.	Coklat	Rp. 10.000
24.	Cappucinno	Rp. 10.000
25.	Tiramissu	Rp. 10.000
26.	Vanila Blue	Rp. 10.000
27.	Strawberry	Rp. 10.000
28.	Durian	Rp. 10.000
29.	Coklat Oreo	Rp. 10.000
30.	Ayam Lengkuas	Rp. 12.000
31.	Lalapan Ayam	Rp. 10.000
32.	Lalapan Lele	Rp. 10.000
33.	Lalapan Telur	Rp. 8.000
34.	Lalapan Tempe	Rp. 7.000
35.	Snack Tahu Kocek	Rp. 7.000

⁵⁰ Wawancara kepada Mifratul Hasanah selaku karyawan *Kancah Anyar Caffe* pada 11 Maret 2024

36.		Kentang Goreng	Rp. 8.000
37.		Sosis Goreng	Rp. 7.000
38.		Pisang Coklat	Rp. 9.000
39.		Pisang Keju	Rp. 9.000
40.		Pisang Coklat Keju	Rp. 10.000
41.		Risol Mayo Ori/Pedas	Rp. 12.000
42.		Risol Lava	Rp. 13.000
43.		Dimsum	Rp. 12.000
44.	Mie	Indomie Soto Madura	Rp. 5.000
45.		Indomie Goreng	Rp. 5.000
46.		Indomie Goreng Sosis	Rp. 6.000
47.		Indomie Goreng Telur	Rp. 7.000
48.		Indomie Kuah	Rp. 5.000
49.		Indomie Kuah Sosis	Rp. 6.000
50.		Indomie Kuah Telur	Rp. 7.000

Tabel. 4.1. Menu Kacah Anyar Cafe

Fasilitas yang disediakan di *caffè* tersebut yakni:

- Kamar mandi
- Free Wifi
- Tempat parkir
- Kipas angin
- Sound sistem

2. Morojoyo Caffe



Gambar: 4.2 Logo Morojoyo Caffe

Morojoyo Caffe merupakan *caffè* yang berlokasi di Jl. Karang Miuwo, Mangli, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Cafe tersebut sangat menarik minat anak muda karena tempat yang nyaman dan

harga yang murah membuat mereka sangat senang untuk menikmati suasana tersebut, selain itu *caffè* ini juga merupakan tempat yang sangat nyaman untuk melakukan rapat atau merayakanacara-acara tertentu. Karena di *caffè* tersebut banyak sekali fasilitas yang di tawarkan mulai dari alat usik, catur, hingga kartu. Morojoyo *Caffe* juga merupakan *caffè* yang sangat nyaman untuk disinggahi karena selain tempat tersebut di buat dari kayu juga banyak pepohonan disana sehingga menambah kenyamanan di tempat tersebut. Morojoyo *Caffe* ini menawarkan menu yang beragam dan tentunya harganya murah mulai dari Rp. 4.000-13.000, selain itu cafe tersebut juga buka setiap hari mulai dari jam 08.00-00.00 WIB.⁵¹

Berikut daftar menu Morojoyo *Caffe*:

No	Daftar Menu	Harga
1.	Anggur	Rp. 10.000
2.	Duruan	Rp. 10.000
3.	Coklat	Rp. 10.000
4.	Leci	Rp. 10.000
5.	Milk Shake Mangga	Rp. 10.000
6.	Permen Karet	Rp. 10.000
7.	Strawberry	Rp. 10.000
8.	Taro	Rp. 10.000
9.	Vanila Blue	Rp. 10.000
10.	Soda Gembira	Rp. 15.000
11.	Jus alpukat	Rp. 13.000
12.	Jus apel	Rp. 10.000
13.	Jeruk	Rp. 8.000
14.	Lemon tea	Rp. 8.000
15.	Minuman Ice/Hot Kobisu	Rp. 8.000
16.	Joshua	Rp. 8.000
17.	Chocolatos matcha	Rp. 8.000
18.	Chocolatos coklat	Rp. 8.000
19.	Cappucino	Rp. 8.000
20.	Millo	Rp. 8.000

⁵¹ Wawancara kepada Erik selaku owner Morojoyo *Caffe* pada tanggal 12 Maret 2024

21.		Kopi	Rp. 6.000
22.		Kopi susu	Rp. 8.000
23.		Jahe	Rp. 6.000
24.		Susu jahe	Rp. 8.000
25.	Makanan	Mie instan	Rp. 8.000
26.		Kentang Goreng	Rp. 12.000
27.		Nugget	Rp. 12.000
28.		Tempura	Rp. 12.000
29.		Sosis	Rp. 12.000
30.		Otak-otak	Rp. 12.000
31.		Omlet	Rp. 13.000
32.	Topping mie	Sosis	Rp. 4.000
33.		Telur mata sapi	Rp. 4.000
34.		Telur dadar	Rp. 4.000
35.		Telur orak-arik	Rp. 4.000
36.		Telur rebus	Rp. 4.000

Tabel. 4.2. Daftar Menu Morojoyo Caffe

Fasilitas:

- Kamar Mandi
- Mushalla
- Lahan Parkir

- *Wifi* Gratis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

- Gitar
- Kartu
- Catur

B. Penyajian Data dan Analisis

1. Penyajian data

Peneliti melakukan observasi di dua *caffè* yang ada di Jember tepatnya pada Kancuh Anyar *Caffè* dan Morojoyo *Caffè* yang dilakukan pada bulan Maret 2024. Peneliti melakukan observasi ke tempat tersebut selama beberapa kali dan dengan waktu yang berbeda. Saat melakukan proses observasi peneliti melakukan interaksi kepada pengunjung *caffè*, sehingga peneliti dapat mengetahui aktivitas nongkrong di *caffè shop* dapat menimbulkan gaya hidup dan komunikasi interpersonal.. Dari observasi yang peneliti lakukan di *caffè shop* pengunjung *caffè* mulai ramai sejak sore menjelang malam.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi serta melakukan wawancara kepada pengunjung *caffè shop* untuk mengetahui ketertarikan mereka untuk mengunjungi *caffè shop* dan juga peneliti melakukan interaksi kepada pengunjung *caffè* sehingga peneliti dapat mengetahui aktivitas nongkrong serta komunikasi interpersonal yang dilakukan di Morojoyo *Caffè* dan Kancuh Anyar *Caffè*.

Informan mengungkapkan mereka mengunjungi *caffè shop* beberapa kali dalam seminggu. Informan yang peneliti ambil melalui teknik *purposive* sampling yang berasal dari mahasiswa Universitas Islam Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yakni: Zidqi, Fais, Zain, Riski, Abduh, Riski, Nia, Cilla.

a. Aktifitas anak muda di *caffè shop*

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

Pemaparan dari data informan pengunjung *caffè shop* Kancuh

Anyar *Caffe* dan Morojoyo *Caffe*, sebagai berikut:

Abduh, Riski, Cila mengungkapkan bahwa saat mendatangi *caffè shop* bukan hanya rasa makanan dan minumannya, tetapi suasana yang nyaman, santai, bersih serta fasilitas yang worthit dengan harga yang di tawarkan. Selain itu juga ketika mengunjungi *caffè shop* mereka dapat lebih santai dalam mengungkapkan ide mereka, selain itu harganya juga murah tempatnya enak buat santai⁵²

Fais, Zain mengatakan saat mendatangi *caffè shop* tempat yang di suguhkan sangat nyaman cocok untuk nugas, main game, ngobrol

⁵² Wawancara kepada Abduh, Riski, Cila pengunjung Morojoyo Caffe pada 14 tanggal Maret 2024

bareng, selain itu saat mengunjungi *caffé shop* mereka dapat mendapatkan ide kreatif dengan suasana yang disuguhkan sangat nyaman dan membuat pembicaraan maupun ide mengalir, apalagi juga ada fasilitas seperti *wifi* gratis yang menambah tempat tersebut sangat nyaman untuk berlama-lama disana.⁵³

Keterangan dari beberapa informan di atas dapat disimpulkan bahwa para pengunjung *caffé* tidak hanya memperhatikan menu yang di sediakan di *caffé* tersebut melainkan suasana *caffé* yakni tempat yang nyaman untuk berkumpul serta tempat yang bersih menjadi patokan utama mereka mengunjungi *caffé shop* tersebut. Selain itu saat melakukan aktifitas ditempat tersebut mereka merasa lebih leluasa untuk mengutarakan pendapat mereka maupun gagasan mereka, dan fasilitas yang di sediakan juga menunjang para informan untuk berlama-lama di *caffé shop* seperti *wifi* gratis, pelayanan yang ramah, penanganan pembeli yang cepat, hal tersebut membuat kedua *caffé shop* tersebut sangat banyak di minati anak muda terkhusus mahasiswa. Setelah mengetahui alasan anak muda senang mengunjungi *caffé shop* pastinya ada aktifitas mereka saat mengunjungi *caffé shop* hingga berjam-jam lamanya. Aktifitas tersebut akan dipaparkan oleh para informan sebagai berikut:

Riski dan Abduh menyatakan hal yang sama saat mereka mengunjungi *caffé shop* hingga berjam-jam lamanya. Mereka

⁵³ Wawancara kepada Fais Dan Zain pengunjung Kancan Anyar Caffe pada 13 tanggal Maret 2024

mengatakan bahwa aktifitas mereka yakni mengerjakan tugas kuliah serta bermain game bersama teman. mereka memilih morojoyo cafe karena tempat banyak menyuguhkan fasilitas lain berupa catur, sehingga mereka dapat bermain disana. Biasanya mereka mengunjungi *caffé shop* sebanyak seminggu dua sampai lima kali dan lamanya kisaran antara 2-4 jam. Mereka mendatangi *caffé shop* biasanya bersama dengan teman-teman mereka.⁵⁴ Sedangkan Zidqi menyebutkan berapa lama dan aktifitas apa yang dilakukannya saat mengunjungi *caffé shop*. Dia mengatakan saat mengunjungi *caffé shop* biasanya bersama dengan teman, aktifitas yang dia lakukan yakni mengobrol, mengerjakan tugas, serta bermain game karena di tempat tersebut menyediakan *wifi* yang bisa di akses oleh para pengunjung sehingga dapat berlama-lama di tempat tersebut hingga berjam-jam.

Selain itu Zidqi menyatakan mengunjungi *caffé shop* membuat dia untuk mengurangi rasa jenuh dan mencari udara segar agar mendapat ide-ide kreatif.⁵⁵

Nia menyebutkan saat mengunjungi *caffé shop* dia biasanya mengobrol, curhat bersama teman, nia mengatakan mengobrol dan curhat dapat membuat suasana hatinya tenang juga dapat menambah relasi dan wawasan. Nia mengungkapkan mengunjungi Kancah Anyar *Caffe* juga terkadang melakukan kegiatan seperti bermain kartu

⁵⁴ Wawancara kepada Riski dan Abduh pengunjung Morojoyo Caffe pada 14 tanggal Maret 2024

⁵⁵ Wawancara kepada Zidqi pengunjung Morojoyo Caffe 14 Maret 2024

bersama teman. Selain itu Nia juga mengunjungi *Caffe Shop* bersama teman-temannya dalam seminggu dua sampai tiga kali ke *caffe shop*. dia juga mengunjungi *caffe shop* tidak terlalu lama hanya sekitar 2 jam saja.⁵⁶ Selanjutnya hal berbeda dikatakan oleh Rizki dia mengunjungi *caffe shop* hampir setiap hari. Aktivitas yang dilakukan Rizki juga beragam, seperti melakukan rapat, mengerjakan tugas, berkumpul bersama, hingga bermain game. Dia biasanya pergi mengunjungi *caffe shop* bersama dengan teman-temannya. Rizki menyebut dia sangat nyaman melakukan rapat di *caffe shop* karena tempat tersebut sangat nyaman untuk menjadi tempat diskusi, suasana yang santai sehingga dapat memunculkan kreatifitas mahasiswa. Biasanya dia mengunjungi *caffe shop* selama 3-4 jam. Rizki mengatakan ketika melakukan rapat organisasi mereka memilih tempat tersebut untuk rapat, hal ini dapat disut *caffe shop* sebagai media untuk melakukan komunikasi interpersonal⁵⁷

Fais menyebutkan aktivitasnya saat mengunjungi *caffe shop* dan berapa lama dia berada di *caffe shop*. Dia mengunjungi *caffe shop* tidak terlalu sering biasanya aktifitas yang di lakukan bermain game dan internetan. Ia mengungkapkan bahwa saat mengunjungi *caffe* tergantung ada yang ngajak atau ngak. Dia hanya di *caffe shop* selama 2 jam saja lalu setelah itu kembali pulang.⁵⁸

⁵⁶ Wawancara kepada Nia pengunjung Kancah Anyar Caffe pada 13 Maret 2024

⁵⁷ Wawancara kepada Rizki pengunjung Kancah Anyar Caffe pada 13 Maret 2024

⁵⁸ Wawancara kepada Fais pengunjung Morojoyo Caffe pada 14 Maret 2024

Berasarkan data yang di sampaikan oleh informan yang mengunjungi di *caffé shop* di atas dapat di simpulkan bahwa mereka gemar dan sangat tertarik untuk mengunjungi *caffé shop* karena beberapa fasilitas yang di ada di tempat tersebut juga menjadikan tempat tersebut menjadi media komunikasi. Hal itu dibuktikan dari betapa sering mereka mengunjungi *caffé shop* dalam seminggu. Mereka tidak hanya memesan makanan atau minuman tetapi mereka juga melakukan aktifitas lain seperti mengobrol, mengerjakan tugas, rapat organisasi, serta bermain game, tak hanya itu mereka mengunjungi *caffé shop* juga banyak mendapatkan manfaat seperti mendapatkan ide baru serta menambah wawasan mereka. Oleh karena itu, tak jarang mereka dapat menghabiskan waktu selama berjam-jam saat mengunjungi *caffé shop*.

Dari pemaparan tersebut dapat dikatakan bahwa anak muda termasuk dalam kategorri aktivitas yakni hobi, hiburan, belanja, dan komunitas.

- 1) Hobi adalah kegiatan berdasarkan kepada kesenangan dan kesukaan suatu individu. Mereka meluangkan waktu dengan senang hati agar dapat memenuhi hobinya ini. Selain itu, Mereka bersedia untuk membelanjakan uang lebih dan agar hobi itu dapat terpenuhi. mereka percaya bahwa hobi akan membantu mereka merasa lebih santai dan mengurangi stres akibat aktivitas sehari-hari yang padat

- 2) Hiburan, hiburan merupakan kegiatan yang dapat menghilangkan bosan serta menghilangkan rasa penat. Mereka mendatangi *caffé shop* bertujuan untuk mencari hiburan seperti sharing.
- 3) Belanja, Bagaimana cara mereka memanfaatkan waktu yang berkaitan dengan belanja. Mereka sering kali berbelanja untuk memenuhi kesenangan mereka dan tidak memenuhi bukan kebutuhan pokok mereka. Akibatnya, mereka sering berkunjung ke *caffé shop* untuk membeli makanan dan minuman yang menjadi favorit mereka.
- 4) Komunitas, komunitas adalah kelompok yang ada di masyarakat. Dalam wawancara pengunjung *caffé shop* mereka lebih senang mengobrol atau sharing bersama teman, bermain game bersama serta mengerjakan tugas kuliah bersama.

b. Pendapat anak muda terkait nongkrong di *caffé shop*

Pada point ini peneliti akan memaparkan tentang pendapat anak muda terkait dengan nongkrong di *caffé shop*. pendapat merupakan sebuah ekspresi tentang sikap atau suatu masalah yang sifatnya kontroversial, hal tersebut dapat menimbulkan opini atau pendapat yang berbeda- beda.

Perspektif setiap orang tentang budaya nongkrong pastilah berbeda, ada yang beranggapan bahwa nongkrong itu merupakan kegiatan yang positif karena banyak sekali interaksi di dalam aktivitas tersebut dan menganggap hal tersebut wajar, adapula yang beranggapan

bahwa aktivitas nongkrong merupakan aktivitas yang hanya membuang—buang waktu saja. Oleh karena itu, peneliti melakukan wawancara kepada pengunjung *caffe shop* yang berkaitan mengenai pendapat mereka terhadap budaya nongkrong di *caffe shop*.

Peneliti melakukan observasi serta wawancara kepada beberapa pengunjung *caffe shop*, dalam hal tersebut peneliti menemukan adanya aktivitas nongkrong atau umpul-kumpul anak muda terutama mahasiswa. Berikut merupakan pemaparan hasil wawancara kepada beberapa pengunjung *caffe shop* yang berkaitan dengan budaya nongkrong atau kumpul-kumpul anak muda, serta seperti apa dampak negatif dan positif saat melakukan aktivitas tersebut:

Riski dan zain mengungkapkan budaya nongkrong merupakan suatu aktivitas yang wajar dilakukan oleh anak muda tetapi harus dilakukan pada saat waktu dan budget yang tepat. Maksudnya adalah aktivitas nongkrong masih dalam wajar dan tidak berlebihan serta memiliki tujuan yang baik ketika melakukan aktivitas tersebut. Dampak positifnya banyak, seperti meningkatkan hubungan dan mengurangi stres. Namun, dampak negatifnya juga ada, seperti peningkatan pengeluaran. Mereka juga mengatakan bahwa nongkrong sekarang menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari anak muda, terutama mereka yang tinggal di kota, karena nongkrong memberi kita

kesempatan untuk menemukan banyak hal baru dan bertemu dengan orang baru.⁵⁹

Nia dan Cilla juga mengungkapkan hal yang sama. Mereka percaya bahwa nongkrong adalah sesuatu yang harus dilakukan karena dapat membuka pikiran seseorang dengan cara yang lebih luas, tergantung pada bagaimana anak muda menanggapi aktivitas tersebut, apakah itu berdampak positif atau malah sebaliknya dapat membawa dampak negatif. Hal yang paling penting adalah tidak melupakan kewajiban ibadah, oleh karena itu anak muda harus bisa menempatkan diri mereka masing-masing.⁶⁰

Wawancara tersebut dapat dikatakan bahwa nongkrong di *caffé shop* merupakan kegiatan yang biasa dilakukan oleh pemuda asalkan mereka dapat mengatur keuangan dengan baik, dan berada di situasi, dan waktu yang tepat. Aktivitas nongkrong dapat menjadi aktifitas yang sangat produktif jika mereka mampu untuk melihat peluang dari aktivitas tersebut, selain itu saat melakukan aktivitas nongkrong juga harus memiliki tujuan yang jelas, seperti tempat untuk melakukan berdiskusi, menambah wawasan serta ilmu, tempat untuk menambah relasi dan juga bersilaturahmi. Tetapi saat melakukan aktivitas nongkrong di *caffé shop* harus tidak melupakan ibadah. Selain dampak positif aktivitas nongkrong di *caffé shop* juga berdampak negatif

⁵⁹ Wawancara kepada Riski dan Zain pengunjung Morojoyo Caffe dan Kanch Anyar Caffe, pada 13 dan 14 Maret 2024

⁶⁰ Wawancara kepada Nia dan Cilla pengunjung Morojoyo Caffe dan Kanch Anyar Caffe pada 13 dan 14 maret 2024

diantaranya tidak dapat memanfaatkan waktu dengan sebaik mungkin, suka membuang waktu, dan terlalu boros mengelola keuangan.

Berdasarkan data diatas aktivitas anak muda yang sudah dipaparkan di atas termasuk kedalam kategori pendapat (*opinion*) seperti diri sendiri, pendidikan, budaya.

- 1) Opini atau pendapat diri sendiri adalah pendapat seseorang tentang sesuatu yang berbeda tergantung pada sudut pandang yang mereka ambil. Oleh karena itu, ada banyak perbedaan pendapat tentang budaya nongkrong anak muda, ada yang menganggapnya sebagai hal yang baik, sementara yang lain pikir itu hanya membuang-buang waktu.
- 2) Pendidikan, Pendidikan sangat penting bagi anak muda untuk dijadikan dasar dalam bertindak agar mereka tidak bertindak di luar norma dan nilai yang berlaku.
- 3) Budaya, penelitian ini menunjukkan bahwa budaya dipelajari ketika mereka berusaha berkomunikasi dengan individu dari berbagai budaya dapat menyesuaikan perbedaan mereka. Karena budaya adalah ide, rasa, dan keinginan masyarakat. Budaya didefinisikan sebagai gaya hidup yang terus berubah dan berkembang dari waktu ke waktu.

2. Analisis

a. Budaya kumpul anak muda di cafe shop

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di dua *caffe shop* yakni *Kancah Anyar Caffe* dan *Morojoyo Caffe* yang berada di kota Jember. Peneliti mendapatkan hasil yang mana anak muda dalam menyikapi budaya nongkrong saat ini merupakan hal yang wajar terjadi pada kalangan mahasiswa, oleh karena itu, banyak sekali anak muda terutama mahasiswa mengunjungi *caffe shop* karena disana mereka mendapatkan fasilitas serta suasana yang nyaman.

Anak muda pada dasarnya sangat menggemari bersenang-senang, karena hiburan merupakan aktivitas yang sangat menyenangkan tidak hanya bagi anak muda tapi juga semua orang. Mereka percaya bahwa mengunjungi *caffee shop* dapat membantu mengurangi lelah dari aktivitas mereka sehari-hari, oleh karena itu anak muda mendatangi *caffe shop* karena suasananya yang nyaman yang membuat mereka merasa lebih santai dan tenang.

Didalam islam tidak dilarang untuk umatnya untuk menghibur diri karena hiburan juga termasuk dari kebutuhan seseorang, yang terdiri dari dua komponen yakni jasad dan jiwa. Sementara tubuh atau jasad membutuhkan makanan dan minuman, jiwa membutuhkan ketenangan, ketenangan, dan kesenangan. Hiburan yang berlebihan sehingga melupakan kewajiban ibadah dan mengikuti hawa nafsu

adalah haram dalam Islam.⁶¹ Selain itu menurut Abu Sa'id Al-Khudri Ra berkata , bahwa Nabi Muhammad Saw bersabda, sebagai berikut:⁶²

وَعَنْ أَبِي سَعِيدٍ الْخُدْرِيِّ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: يَا كُرَّ وَالْجُلُوسَ بِالطَّرِيقَاتِ قَالُوا: يَا رَسُولَ اللَّهِ! مَا لَنَا بَدُّ مِنْ مَجَالِسِنَا: تَحَدَّثُ فِيهَا قَالَ: فَأَمَّا إِذَا أَيْتَمُّ فَاَعْطُوا الطَّرِيقَ حَقَّهُ قَالُوا: وَمَا حَقُّهُ؟ قَالَ: غَضُّ الْبَصَرِ وَكَفُّ الْأَذَى وَرَدُّ السَّلَامِ وَالْأَمْرُ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّهْيُ عَنِ الْمُنْكَرِ (مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ)

“Dari Abu Said Al-Khudry bahwa Rasulullah bersabda: Jauhkan diri kalian dari duduk-duduk di tepi jalan. Para sahabat berkata: Wahai Rasulullah kami tidak bisa meninggalkan tempat duduk yang biasa digunakan untuk berbincang-bincang. Rasulullah berkata: Jika kalian enggan menerima (nasehat ini), maka berikan hak jalan. Mereka bertanya: Apakah haknya?. Rasulullah bersabda: Menundukkan pandangan, tidak mengganggu orang, menjawab salam, mengajak kepada kebaikan dan melarang kemungkaran”

Dari hadist diatas dapat disimpulkan bahwa setiap orang yang sedang melakukan aktivitas nongkrong tidak boleh meninggalkan kewajibannya. Adapun perintah untuk menundukkan pandangan maksudnya disini adalah simbol untuk maenjauhkan diri adanya fitnah dari orang yang tangan lewat, seperti lawan jenis dan lainnya, selanjutnya tidak mengganggu orang maksudnya adalah perintah untuk menjauhkan diri dari perbuatan bergunjing, menghina dan lain sebagainya. sedangkan menjawab salam merupakan perintah untuk menghormati orang yang sedang lewat, lalu mengajk kepada kebaikan

⁶¹ Risky Dwi Purnamasari, 2018, “Analisis Pengaruh Gaya Hidup Pengunjung Kafe Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kafe Sama-Sama, Bandar Jaya, Lampung Tengah)”, 48

⁶² Ahmad Karomi, 2024, ”Suka Nongkrong, Ingat Pesan Rasulullah”, NU Online.com, Accessed In Maret 2023 at <https://jatim.nu.or.id/keislaman/suka-nongkrong-ingat-pesan-rasulullah-7XUkf>

dan melarang kemungkaran merupakan perintah untuk menerapkan semua kewajiban dan menjauhi kemungkaran.⁶³

b. Aktivitas nongkrong mahasiswa UIN KHAS di *caffe shop* sebagai gaya hidup dalam perspektif islam

Hasil penelitian di kedua *caffe* yakni Kancah Anyar *Caffe* dan Morojoyo *Caffe* yang berlokasi di kota Jember, dari penelitian tersebut peneliti menemukan adanya aktifitas nongkrong mahasiswa di *caffe shop* sebagai gaya hidup baru mahasiswa. dari data yang sudah peneliti kumpulkan bahwasanya banyaknya mahasiswa yang mengunjungi *caffe shop* tersebut, yang mana mereka mengunjungi *caffe shop* mulai dari seminggu sekali bahkan ada yang mendatangi *caffe shop* lima kali dalam seminggu. Hal yang membuat mahasiswa sangat gemar mengunjungi *caffe shop* adalah tempat yang nyaman untuk dikunjungi dan adanya beberapa fasilitas pendukung disana. Aktivitas yang mereka lakukan biasanya beragam mulai dari sharing dengan teman, mengerjakan tugas kuliah, bermain game, selain itu hal utama yang paling diminati dari *caffe shop* menurut informan yakni adanya *wifi* gratis disana. Aktivitas tersebut merupakan aktivitas yang dapat menimbulkan gaya hidup baru yang sangat menarik bagi anak muda terutama mahasiswa, selain karena mengunjungi *caffe shop* dapat membuat diri menjadi lebih kreatif juga dapat menambah wawasan karena saling sharing bersama teman.

⁶³ Ana Fauziyah, 2014, “*Nongkrong Dalam Persektif Hadis*”, Jakarta: Uin Syarif Hiyayatullah Jakarta, 38, at https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/26324/3/ANA_FAUZIAH-FU.pdf

Peneliti juga menemukan fakta bahwa *caffè shop* memiliki daya tarik tersendiri bagi anak muda, karena kenyamanan yang ditawarkan serta berapa fasilitas yang ada, serta pengalaman mereka sehingga mereka mendapatkan banyak pengetahuan dan relasi, mereka juga mengunjungi *caffè* karena pelayanan *caffè* tersebut yang ramah dan juga cepat untuk mengantarkan makanan, serta rasa makanan yang enak juga membuat mereka sering mengunjungi *caffè shop*. Hal tersebut sudah dijelaskan pada wawancara yang dilakukan kepada pengunjung Kancan Anyar *Caffe* dan juga Morojoyo *Caffe*, mereka tidak keberatan untuk mengeluarkan uang saat mengunjungi *caffè shop* karena masih *worth it* dengan kenyamanan dan makanan yang disediakan, selain itu budget yang mereka miliki masih sesuai dengan harga yang di patok.

Selain melakukan wawancara peneliti juga melakukan analisis terhadap gaya hidup mahasiswa Universitas Islam Negeri Kh. Achmad Shiddiq Jember dalam perspektif islam. Dalam islam manusia tidak dianjurkan untuk melakukan kegiatan yang berfoya-foya. Hal tersebut di muat dalam Qs. Al isra ayat 26 & 27, sebagai berikut:⁶⁴

وَمَا ذَا الْقُرْبَىٰ حَقًّا وَالْمَسْكِينِ وَآلِ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

⁶⁴ Anisa Maisyarah, Nurwahiddin, "Pandangan Islam Tentang Gaya Hidup Frugal Living (Analisis Terhadap Ayat Dan Hadits)", Tadarrust Arbawi, Vol 4. No 2 Juli – Desember 2022, Hal 82

“Berikanlah kepada kerabat dekat haknya (juga kepada orang miskin), dan orang yang dalam perjalanan. Janganlah kamu menghamburhamburkan (hartamu) secara boros. Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan, dan setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya”.

Adapun etika dan norma dalam konsumsi pada perspektif islam sebagai berikut.

1) Seimbang dalam konsumsi

Menurut hukum Islam, orang yang memiliki harta diharuskan untuk menafkahkan sebagian dari harta mereka untuk kepentingan diri, keluarga, dan kebaikan umum. Islam mengharamkan sikap kikir dan sikap boros serta suka membuang harta. Inilah jenis keseimbangan yang dianjurkan dalam Al-Quran yang menunjukkan sikap konsumsi yang adil.

2) Membelanjakan harta yang halal kepada bentuk baik

Dalam Islam, seseorang diperbolehkan menggunakan uangnya untuk membeli produk yang baik dan halal guna memenuhi kebutuhannya, sepanjang tidak melanggar batas suci atau mengancam keamanan dan kesejahteraan negara. Hal tersebut terdapat dalam Qs. Al-Maidah (5): 88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾

“Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezezikikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”

3) Larangan bersifat *israf* (royal) dan *tabzir* (sia-sia)

Salah satu nilai moral dari konsep konsumsi adalah larangan gaya hidup mewah. Gaya hidup mewah merupakan aktivitas yang membuat seseorang sibuk dengan hawa nafsu, mengabaikan perbuatan yang baik dan akhlak yang mulia. Afzalur Rahman mengatakan kemewahan (*israf*) adalah sesuatu yang berlebihan untuk memenuhi kebutuhan pribadi dan mengonsumsi barang untuk sesuatu tidak penting. Hal tersebut dijelaskan pada Qs. Al-A'araf [7]: 31⁶⁵

يٰۤاٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ ۗ اِنَّهٗ
لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.”

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

c. Komunikasi interpersonal mahasiswa UIN KHAS Jember saat nongkrong di *caffe shop* dalam perspektif islam.

Dari data yang didapatkan saat melakukan penelitian di Kancah Anyar *Caffe* dan Morojoyo *Caffe* peneliti melihat adanya komunikasi interpersonal mahasiswa saat mengunjungi *caffe shop*. disana mereka melakukan banyak berinteraksi dengan teman mereka dengan melakukan aktifitas yang beragam, mulai dari mengobrol ringan, sharing, berdiskusi, mengerjakan tugas, hingga bermain game. Selain

⁶⁵ Selviana Zakiah, “Teori Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, (El-Ecosy: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam Vol. 02, No. 02 Juli 2022), 183-185

itu peneliti menemukan bahwa selain untuk nongkrong mereka mendatangi *caffe shop* agar dapat menambah relasi, menambah wawasan dan bertemu orang baru, hal tersebut sudah peneliti jabarkan di hasil wawancara diatas. Alasan mereka memilih untuk melakukan kegiatan tersebut karena mereka menganggap bahwa *caffe shop* merupakan tempat yang santai untuk mereka berdiskusi, sharing dan sebagainya, selain itu juga pelayanan yang ramah membuat mereka nyaman saat berada di tempat tersebut.

Komunikasi interpersonal biasanya dilakukan secara tatap muka, masing-masing individu yang terlibat dalam komunikasi mempengaruhi cara mereka melihat lawan bicara. Menurut DeVito komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dapat terjadi di antara dua orang yang saling berhubungan, yang mana mereka dapat berhubungan dengan beberapa cara. Komunikasi interpersonal sangat penting bagi setiap individu, karena tanpa komunikasi interpersonal hubungan tidak akan terjadi, begitu sebaliknya tanpa adanya hubungan maka komunikasi interpersonal juga tidak ada. Kesimpulannya jika seseorang tidak menjaga hubungan dengan baik maka mereka sulit untuk melakukan komunikasi⁶⁶

Pada agama islam Komunikasi dianggap sebagai sifat alami manusia. Oleh karena itu, komunikasi yang didasarkan oleh Al-Qur'an harus didasarkan dengan tuntunan Al-Qur'an, karena komunikasi yang

⁶⁶ Citra Anggraini, Denny Hermawan Ritonga , Lina Kristina, Muhammad Syam, Winda Kustiawan, "*Komunikasi Interpersonal*", (Jurnal Multidisiplin Dehasen, Vol. 1 No. 3 Juli 2022), 337-338

sesuai dengan tuntunan Al-Qur'an pasti akan membuat seseorang menjadi lebih percaya diri, dihormati, dan dihargai oleh orang lain. Al-Qur'an yang merupakan pondasi umat manusia serta sumber tertinggi dari setiap ilmu pengetahuan dan menjelaskan cara berkomunikasi dengan baik. Al-Qur'an juga mencakup prinsip dasar komunikasi seperti metode penyampaian, perkataan yang diucapkan, dan isi pesan yang ingin disampaikan. Ayat-ayat Al-Qur'an banyak menjelaskan cara berinteraksi dengan orang lain. Berikut adalah beberapa ayat Al-Quran yang membahas tentang komunikasi

1) Qs Thaha ayat 44

Ayat ini maksudnya adalah menggunakan kata yang kasar sulit di terima oleh para pendengar, jadi diharapkan ketika ingin menyampaikan pesan atau informasi menggunakan perkataan yang

halus atau lemah lembut agar dapat diterima oleh orang lain.

Berbicara dengan sopan dapat mengurangi suatu hal yang tidak diinginkan dalam komunikasi. Seperti merasa tersinggung atau

bahkan dapat menyebabkan terputusnya hubungan karena perkataan kasar kita

2) Qs An Nisa ayat 63

Ayat tersebut menunjukkan bahwa kata "*qaulan baligha*", yakni ucapan atau perkataan yang baik saat melakukan komunikasi. Maksudnya, ketika kita berkomunikasi, kita harus memperhatikan apa yang kita katakan. Karena komunikasi yang

baik adalah ketika kita dapat memberikan pesan yang mendalam kepada orang yang mendengarkannya.

3) Qs Al Baqarah ayat 235

Dalam ayat ini *Qulan Marufa* membahas tentang komunikasi. Selain itu, ada beberapa yang perlu diperhatikan sebelum berkomunikasi, terutama saat komunikasi secara langsung atau tatap muka. Seseorang harus berbicara positif kepada semua orang, termasuk orang tua, teman sebaya, dan anak-anak. Berbicara dengan benar dapat membantu pendengarnya memahami pesan yang kitasampaikan.

Kata-kata yang baik diartikan sebagai kata-kata yang membawa kedamaian dan ketenangan bagi yang mendengarnya, baik dalam pergaulan, komunikasi kelompok, maupun komunikasi publik. *Qulan Mar'rufa* artinya perkataan yang bermanfaat, mengajar, memperbaiki pemikiran dan menunjukkan cara memecahkan masalah. *Qaula ma'rufa* sering diperlihatkan kepada wanita atau orang yang tidak beruntung dalam hidupnya. Artinya setiap orang harus mempunyai kemampuan komunikasi yang baik.⁶⁷

⁶⁷ Desi Syafriani, Soraya Oktarina, Sri Hartati, “*Komunikasi Interpersonal Dalam Perspektif Islam Dan Politik Islam*”, (Tathwir Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, Volume Xiii Nomor 1, Januari-Juni 2022), 76-78

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan informasi yang telah dipaparkan dari hasil penelitian di atas, maka terbentuknya hasil temuan yang di muat dalam bentuk interpretasi menggunakan teori-teori yang masih relevan dengan topik penelitian.

No	Fokus Penelitian	Temuan
1	Bagaimana aktivitas nongkrong mahasiswa di morojoyo caffe dan kancah anyak caffe sebagai gaya hidup dalam perpektif islam?	1) Mengunjungi <i>caffe shop</i> karena untuk menghindari kebosanan, selain itu fasilitas yang di suguhkan seperti <i>free wifi</i> membuat nyaman disana, dan tempat yang nyaman untuk mengerjakan tugas. 2) Tidak keberatan dengan harga yang di patok oeh <i>caffe shop</i> karena <i>worth it</i> dengan fasilitas yang disediakan di setiap <i>caffe shop</i> .
2	Bagaimana komunikasi interpersonal yang di lakukan oleh mahasiswa UIN KHAS JEMBER saat mengunjungi <i>caffe shop</i> dalam perspektif islam?	1) Mengunjungi <i>caffe shop</i> untik melakukan aktivitas seperti sharing bersama teman, ngobrol-ngobrol ringan, mengerjakan tugas, dan bermain game 2) Mereka mendatangi <i>caffe shop</i> tidak sendirian melainkan bersama teman, hal itu yang dapat menimbulkan kounikasi interperrsonal.

Pembahasan ini akan difokuskan kepada fokus penelitian yang telah tertera di atas, tujuannya untuk mempermudah menjawab fokus penelitian tersebut. Pembahasan ini dibahas sebagai berikut:

1. Aktivitas nongkrong mahasiswa di morojoyo caffe dan kancah anyak caffe sebagai gaya hidup dalam perpektif islam

Gaya hidup (*life style*) adalah tentang bagaimana seseorang meluangkan waktu yang mereka miliki, apa yang menarik bagi mereka untuk mempertimbangkan minat dan lingkungan mereka, dan bagaimana

mereka berpikir tentang diri mereka serta lingkungan mereka. Gaya hidup dibagi menjadi 2 yakni gaya hidup konsumen dan gaya hidup hidonisme

a. Gaya hidup konsumen

Gaya hidup konsumen terbagi menjadi beberapa jenis, antara lain:

1) Gaya hidup mandiri

Gaya hidup mandiri adalah orang yang terbiasa sendiri dan tidak bergantung pada orang lain

2) Gaya hidup modern

Gaya hidup modern adalah dimana masyarakat memanfaatkan teknologi dan informasi yang di dapatkan dengan mudah

3) Gaya hidup sehat

Gaya hidup sehat adalah kebiasaan seseorang dalam lingkungannya yang bersifat sehat, seperti makan, olahraga dan berpikir yang sehat

4) Gaya hidup hedonis

Hedonisme adalah aktivitas seseorang yang memanfaatkan waktunya untuk makan kesenangan yang di inginkannya, seperti menghabiskan waktu di luar rumah, bermain dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

5) Gaya Hidup Bebas

Gaya hidup bebas adalah seseorang yang melakukan hidupnya sesuai dengan keinginannya tanpa adanya aturan masyarakat saat ini.

6) Gaya hidup hemat

Gaya hidup hemat adalah tidak berlebihan saat mengonsumsi suatu produk, orang yang bisa mempertimbangkan dengan cermat penggunaan uangnya.

b. Gaya hidup hidonisme

Menurut teori hedonisme, semua aktivitas manusia, baik disadari maupun tidak, yang diakibatkan oleh kekuatan internal maupun eksternal, pada hakikatnya mempunyai tujuan yang sama yakni mencari sesuatu yang menyenangkan dan terhindar dari sesuatu yang menyakitkan. Prinsip orientasi tujuan yang dianggap lebih menarik sejalan dengan teori motivasi hedonis.⁶⁸

Sedangkan data empirik yang peneliti dapatkan ketika meneliti di dua *caffè shop* yakni *Kancah Anyar Caffè* dan *Morojoyo Caffè* memperlihatkan para pengunjung *caffè shop* kebanyakan dari kalangan mahasiswa, yang mana mereka mengunjungi *caffè shop* mulai dari seminggu sekali bahkan ada yang mendatangi *caffè shop* lima kali dalam seminggu. Aktivitas yang mereka lakukan biasanya beragam mulai dari sharing dengan teman, mengerjakan tugas kuliah, bermain game, selain itu hal utama yang paling diminati dari *caffè shop* menurut informan yakni adanya *wifi* gratis disana. Aktivitas tersebut merupakan aktivitas yang dapat menimbulkan gaya hidup baru yang sangat menarik bagi anak muda terutama mahasiswa, selain karena

⁶⁸ Mardian Suryani, Siti Achira, “Gaya Hidup Hedonisme Dalam Konsumsi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam Iain Kota Bengkulu)”, (Al-Intaj, Vol.5, No.2, September 2019), 240-241

mengunjungi *caffé shop* dapat membuat diri menjadi lebih kreatif juga dapat menambah wawasan karena saling sharing bersama teman.

Di dalam islam gaya hidup konsumsi memiliki beberapa prinsip diantaranya sebagai berikut:

1) Asas keadilan

Mengupayakan penghidupan yang halal dan tidak dilarang undang-undang berarti pangan yang dikonsumsi diperoleh menurut asas halal dan tidak bermasalah dengan hukum. Konsumsi tidak dibolehkan mengarah pada ketidakadilan, melanggar hukum agama, atau membela kesusilaan atau kebaikan. Banyak aturan keuangan yang dilarang dan diperbolehkan dalam Islam. Hal ini juga dijelaskan pada Qs. Al-Baqarah [2]: 169

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi”

2) Prinsip Kesucian

Kesucian dapat diartikan sebagai terbebas dari segala sesuatu yang bukan merupakan nikmat Allah, seperti penyakit yang membahayakan kesehatan jasmani dan rohani seseorang, yang jelas barang yang dikonsumsi itu bermanfaat, tidak terbuang atau rusak.

“Makanan diberkahi jika kita mencuci tangan sebelum dan setelah memakannya” .

3) Prinsip Kesopanan

Allah membenci kelebihan yang disebut juga israf, dan hal itu menyebabkan banyak kerugian di dunia. Sudut pandang ini

biasanya mempunyai makna yang melampaui kebutuhan rasional dan seringkali mengikuti keinginan atau sebaliknya menjadi terlalu pelit untuk menyiksa dirinya sendiri. Hal ini juga dibahas pada Qs. Al-A'raf {7}: 314)

“Makan dan minumlah, tapi jangan berlebihan; Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”

4) Prinsip Kedermawanan

Dalam Qs. Al-Maidah [5]: 96 yang artinya *“Allah dengan kemurahan hati-Nya menyediakan makanan dan minuman untuk manusia”*.

Dermawan merupakan salah satu dari hakikat konsumsi manusia. Artinya jika ada banyak masyarakat yang kekurangan makan dan minum, maka kita diwajibkan untuk menyisihkan harta kemudian dibagikan kepada mereka yang benar-benar membutuhkan.

5) Asas Akhlak

Asas akhlak menekankan bahwa cara seorang muslim mengonsumsi makanan hendaknya dilandasi akhlak Islam sehingga tidak memenuhi kesenangan belaka.. Umat Muslim diajarkan untuk menyebut asma Allah sebelum melakukan aktifitas dan berterima kasih kepada-Nya setelahnya.⁶⁹

2. Komunikasi interpersonal yang di lakukan oleh mahasiswa UIN KHAS JEMBER saat mengunjungi *caffé shop* dalam perspektif islam

⁶⁹ Ibid, 187-189

Menurut teori yang dijelaskan Joseph A. Devito dalam bukunya, komunikasi interpersonal digambarkan sebagai pertukaran pesan yang cepat antara dua orang atau kelompok dilakukan secara satu arah. Cara yang sering digunakan untuk memberikan informasi adalah dengan mempengaruhi komunikan dan kontributor secara langsung atau tatap muka.⁷⁰

Berdasarkan data yang telah peneliti kumpulkan di *caffè shop*, peneliti menemukan fakta bahwa mahasiswa selain untuk nongkrong mereka mendatangi *caffè shop* agar dapat menambah relasi, menambah wawasan dan bertemu orang baru, hal tersebut sudah peneliti jabarkan di hasil wawancara diatas. Alasan mereka memilih untuk melakukan kegiatan tersebut karena mereka menganggap *bahwa caffè shop* merupakan tempat yang santai untuk mereka berdiskusi, sharing dan sebagainya

Dalam komunikasi Islam, kita harus mengetahui etika yang terlibat. Komunikasi merupakan cara orang berinteraksi, menciptakan hubungan masyarakat dan mengembangkan skilnya. Para ahli komunikasi dan psikolog sepakat bahwa gangguan komunikasi mempunyai dampak negatif bagi seseorang yang tengah melangsungkan komunikasi. Al-Qur'an menyebut komunikasi sebagai alat untuk berinteraksi dengan sesama manusia, dan kegagalan berkomunikasi menghalangi pemahaman, kerja sama, toleransi. Hal tersebut juga di jelaskan pada Qs. Ar-Rahman

⁷⁰ Ibid, 75

ayat 1-4. “(Tuhan) yang Maha pemurah, Yang telah mengajarkan Al-Qur'an. Dia menciptakan manusia. Mengajarnya pandai berbicara⁷¹



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

⁷¹ Nur Marwah, “*Etika Komunikasi Islam*”, Skripsi, UIN ALLAUDIN MAKASAR, 1-13

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari penelitian yang telah dilakukan di dua cafe si atas yakni Morojoyo *Caffe* dan Kancuh Anyar *Caffe* di kota Jember, peneliti menemukan fakta adanya aktivitas nongkrong dan komunikasi interpersonal mahasiswa di *caffe shop* yang mana aktivitas nongkrong tersebut dapat menimbulkan gaya hidup baru mahasiswa dan juga adanya interaksi mereka saat mengunjungi *caffe shop*. Gaya hidup mahasiswa saat melakukan aktifitas nongkrong di *caffe shop* dapat dilihat dari mereka yang mengonsumsi makanan dan minuman yang ada di *caffe shop* sembari menikmati fasilitas yang ada seperti *wifi* gratis.

Komunikasi interpersonal yang terjadi saat melakukan aktivitas nongkrong di *caffe shop* biasanya diisi dengan mengerjakan tugas, nongrol ringan, diskusi, sharing bersama, hingga bermain game dilakukan disana, sehingga *caffe shop* menjadi media untuk melakukan proses komunikasi interpersonal.. Hal tersebut menandakan bahwa aktivitas nongkrong di *caffe shop* bukan hanya untuk mengisi waktu luang saja melainkan juga dapat menambah wawasan, mendapatkan ide baru dan menambah relasi juga.

B. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah di paparkan di atas, peneliti memiliki beberapa saran diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa hendaknya dapat memanfaatkan waktu sebaik mungkin dengan hal yang positif, sehingga hidup kita menjadi lebih positif
2. Bagi mahasiswa dengan adanya *caffè shop* diharapkan menjadi tempat untuk berdiskusi bersama dan dapat menambah kreatifitas, serta menerapkan nilai agama saat melakukan aktivitas nongkrong
3. Bagi mahasiswa saat melakukan aktivitas nongkrong diharapkan untuk menghargai dan menghormati sesama maupun dengan bariata sehingga suasana menjadi tetap nyaman
4. Bagi *caffè shop* diharapkan untuk menjaga kualitas manajemen *caffè*, seperti fasilitas dan pelayanan *caffè*. Serta menjaga rasa makanan dan minuman yang di sajikan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Aditya Wardhana, *Perilaku Konsumen (Teori dan Implementasi)*, (CV Media Sains Indonesia :Bandung, 2022)
- Dr. Tuti Bahfiarti, S.Sos. M.Si, “*KOMUNIKASI INTERPERSONAL (Aplikasi Dalam Riset)*”, Sulawesi Selatan: UPT Unhas Press
- Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen, Pengembangan Konsep, dan Praktek Dalam Pemasaran*, (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010)
- J. Setiadi, Nugroho, “*Perilaku Konsumen*”, (Jakarta: PT Kencana, 2008)
- James F. Engel, et. al., *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara, 1994)
- Jhon C. Mowen dan Michael Mino, *Perilaku Konsumen*, Jilid 1, (Jakarta: Erlangga, 2002)
- Kotler Dan Keller, “*Manajemen Pemasaran*”, Edisi 12, (Jakarta: Erlangga, 2012)
- Ratnaningtyas, Ramli, syafuruddin, all., “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Aceh: Yayasan penerbit muhammad zaini, 2022)
- Sugiono, “*Metode penelitian kualitatif*“, (Bandung: Alfabeta, 2017)
- Syamsul Arifin, *Mahasiswa dan Organisasi*, (Jakarta: Grafindo Persada, 2014)
- Tim Penyusun, “*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*”, (Jember, IAIN JEMBER PRESS. 2020
- Tuti Bahfiarti, “*Komunikasi Interpersonal (Dalam Aplikasi Riset)*” (UPT UNHAS Pres: Sulawesi Selatan, 2020)

Jurnal

- Afwan Syahril Manurung, “*Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sumatra Utara*”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatra Utara, 2021)
- Ana Fauziyah, “*Nongkrong Dalam Persektif Hadis*”, (Jakarta: Uin Syarif Hiyayatullah Jakarta, 2014) at [https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/26324/3/ANA FAUZIAH-FU.pdf](https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/26324/3/ANA_FAUZIAH-FU.pdf)
- Anisa Maisyarah, Nurwahiddin, “*Pandangan Islam Tentang Gaya Hidup Frugal Living (Analisis Terhadap Ayat Dan Hadits)*, Tadarrust Arbawi, Vol 4, No 2 Juli – Desember 2022

- Ayi Nubaeti, “*Konsumsi Dalam Perspektif Islam*”, (Azmina : Jurnal Perbankan Syariah, Vol 2 Nomer 1, 2022)
- Citra Anggraini, Denny Hermawan Ritonga , Lina Kristina, Muhammad Syam, Winda Kustiawan, “*Komunikasi Interpersonal*”, (Jurnal Multidisiplin Dehasen, Vol. 1 No. 3 Juli 2022)
- Desi Syafriani, Soraya Oktarina, Sri Hartati, “*Komunikasi Interpersonal Dalam Perspektif Islam Dan Politik Islam*”, (Tathwir Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam, Volume Xiii Nomor 1, Januari-Juni 2022)
- Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen, Pengembangan Konsep, dan Praktek Dalam Pemasaran*, (Kudus: Nora Media Enterprise, 2010)
- Fauzi, Punia, dan Kumajaya, *Budaya Nongkrong Anak Muda Di Cafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar)*, Universitas Udayana
- Ganastria Marbawani dan Grendi Hendrastomo, “*Pemaknaan Nongkrong Bagi Mahasiswa Yogyakarta*”, (Daimensia: Jurnal Kajian Sosiologi, Vol 9, No 1).
- Heri Kurnia, “*Pengaruh Kearifan Berorganisasi Terhadap Indeks Prestasi Komunikatif Mahasiswa Universitas Cokroaminoto Yogyakarta*”, (Journal 5, No.2, 2014)
- Husna, Ramadhani, Dan Ilhami, “*Analisis Aktivitas Budaya Ngopi Sbagai Gaya Hidup Generasi Millenial (Study Kasus Pada Coffe Shop Pasco Bagan Batu Riau)*”, (Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB), Vol 2, No 1, 2023)
- Kinanti Novinka, Rini Rinawati, “*Konstruksi Makna Budaya Ngopi sebagai Sarana Komunikasi Antarpribadi Remaja*”, (Bandung Conference Series: Communication Management, Vol. 2 No. 2, 2022)
- Lestriana, all, “*Perilaku konsumtif di kalangan remaja*” , (Indonesian Institut for Counseling, Education and Therapy (IICET), Volume 2 Nomor 2, 2017)
- Lisa Dwi Lastary, Anizar Rahayu, *Hubungan Sosial Dan Self Efficacy Dengan Prokrastinasi Akademis Mahasiswa Perantau Yang Berkuliah Di Jakarta* (Journal Fakultas Psikologi Universitas Perseda Indonesia: IKRAITH-HUANIORA, Vol 2, No. 2, Maret 2018)
- Liza Mareza Prasetia, “*Pengaruh Budaya Populer Ngopi Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Keterbukaan Diri Konsumen Warung Kopi Zakir Di Kota Banda Aceh*”, (JOM FISIP VO. 7: Edisi II Juli-Desember 2020)
- Luhut Mawardi Sihombing, “*Pendidikan dan Karakter Mahasiswa di Perguruan Tinggi*”. (Jurnal Christian Humaniora, Vol.4, No.1, May 2020)

- Mardian Suryani, Siti Achira, “*Gaya Hidup Hedonisme Dalam Konsumsi Ditinjau Dari Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Mahasiswi Jurusan Ekonomi Islam Iain Kota Bengkulu)*”, (Al-Intaj, Vol.5, No.2, September 2019)
- Mega Sifti Minarti, “*Pengaruh Gaya Hidup, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee*”, (Batam: Universitas Putera Batam, 2020)
- Metha Nilarisma Dewi, Prof. Dr. Hatane Samsuel, MS., , “*Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle), Harga, Promosi, Terhadap Tempat Pemilihan Tempat Tujuan Wisata (Destination) Study Kasus Pada Konsumen Artojaya Tour & Trevel Surabaya*”, (Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Vol.3, No. 1, 2015)
- Mubarroq dan aisyah, “*Pengaruh Intensitas Kebiasaan Nongkrong Terhadap Pembentukan Perilaku Social Climber (Studi Pada Mahasiswa Universitas Panca Marga Probolinggo)*”,(Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM), Vol 2, No 2. 2021)
- Muhamad Bisri Mustofa, Siti Wuryan , Rosidi. “*Urgensi Komunikasi Interpersonal Dalam Al-Qur’an Sebagai Pustakawan*”, (AL-HKMAH: Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Budaya, Volume 11 Nomor 2 (2020)
- Nadiya Sahlatul Kholik, “*Kajian Gaya Hidup Kaum Mudapenggemar Cafe Shop (Study Kasus Pada Caffe Shop “Sturbucks” Di Mall Botani Square Bogor)*”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018)
- Nugraheni, W. N. A, “*Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*”, (Surakarta: Skripsi Fakultas Psikologi UMS, 2003)
- Nur Maghfirah Aestetika, “*Komunikas Interpersonal*”, (Umedia Press: Sidoarjo, 2018), 9-11
- Nur Marwah, “*Etika Komunikasi Islam*”, UIN ALLAUDIN MAKASAR
- Nuraziza, Ismail,Dan Mario, “*Nongkrong Dan Gaya Hidup (Kajian Tentang Aktifitas Nongkrong Sebagai Gaya Hidup Di Kalangan Remaja Pasar Segar Pegayoman Kota Makassar)*”, (Jurnal Predestination, Vol 4, No 2, 2023)
- Priyanti, Sulismadi, dan Kumalasari, “*Gaya Hidup Nongkrong Mahasiswa Di Malang (Study Pengunjung Kedai Kopi Or Traffic Sengkaling, Kabupten Malang)*”, (Jurnal Sosiologi Nusantara, Vol 8, No 2, 2022)
- Ratnaningtyas, Ramli, syafuruddin, all., “*Metodologi Penelitian Kualitatif*”, (Aceh: Yayasan penerbit muhammad zaini, 2022)

Risky Dwi Purnamasari, 2018, *Analisis Pengaruh Gaya Hidup Pengunjung Kafe Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Kafe Sama-Sama, Bandar Jaya, Lampung Tengah)*

Selviana Zakiah, “*Teori Konsumsi Dalam Perspektif Ekonomi Islam*”, (El-Ecosy: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam Vol. 02, No. 02 Juli 2022)

Sigit Saputra, “*Analisis Komunikasi Interpersonal Customer Service Dalam Mempertahankan Pelanggan Telkomsel (Studi Pada Telkomel Grapari Ska Pekanbaru)*”, (Skripsi, Universitas Islam Riau Pekanbaru, 2020)

Tri Indah Kusumawati, “*Komunikasi Verbal Dan Nonverbal*”, (Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan Dan Konseling, Vol. 6, No. 2, Edisi Juli-Desember 2016)

Zhafirah Farras Putri, “*Konsumerisme Anak Muda Dalam Budaya Nongkrong (Studi Kasus Preferensi Cafe Di Jakarta Selatan)*”, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020)

Web

Ahmad Karomi, 2024, “*Suka Nongkrong, Ingat Pesan Rasulullah*”, NU Online.com, Accessed In Maret 2023 at <https://jatim.nu.or.id/keislaman/suka-nongkrong-ingat-pesan-rasulullah-7XUkf>

Aris Kurniawan, “*Pengertian Mahasiswa Menurut Para Ahli Beserta Peran Dan Fungsinya*”, Guru Pendidikan.Com: November 2023, Acces In December At <https://www.gurupendidikan.co.id/pengertian-mahasiswa/>

Ruhil Sabrina, “*Tidak Selalu Buang Waktu, Ini 5 Manfaat Nongkrong Bareng Teman*”, acces in december 2023 at <https://www.idntimes.com/life/inspiration/ruhil-anadiah-sabrina-1/nongkrong-bareng-c1c2>

J E M B E R

88

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Marcella Putri Cantika

Nim : 205103010021

Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah

Institusi : UIN KHAS JEMBER

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur penjiplakan dan ada klaim pihak lain, maka saya bersedia untuk di proses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sejujurnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Jember, 12 April 2024

Saya yang menyatakan



Marcella putri cantika

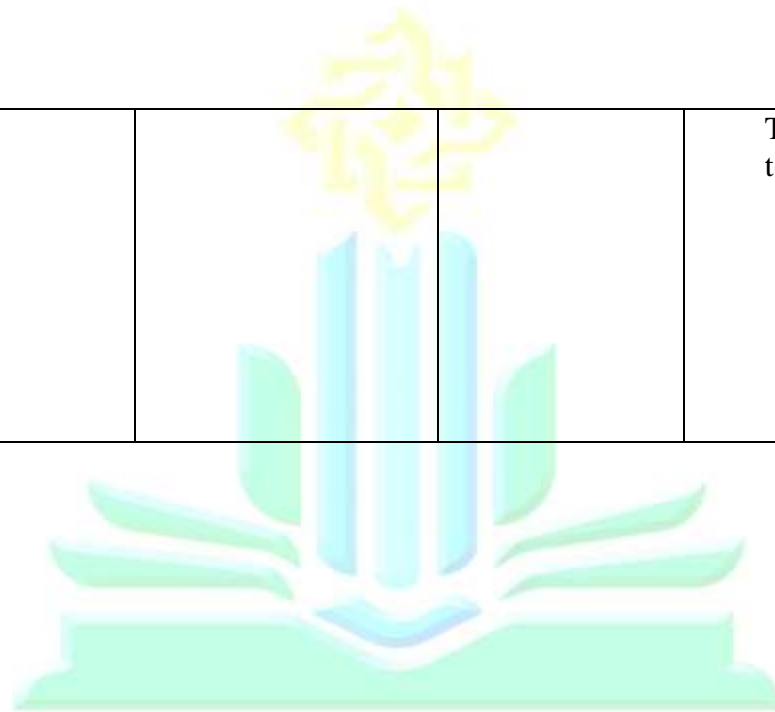
Nim: 205103010021

LAMPIRAN

a. Matriks penelitian

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Fokus Penelitian
1	Budaya nongkrong anak muda di cafe shop	<ul style="list-style-type: none"> • Fomo • Gaya hidup 	a) Mahasiswa akan mendapatkan banyak teman dan relasi b) Menghibur diri sehingga terhindar dari setres	Sumber data yang digunakan saat melaksanakan penelitian adalah 1. Wawancara (Khususnya kepada pengunjung kancah anyar <i>caffé</i> dan morojoyo <i>caffé</i>) 2. Dokumentasi 3. Observasi	1) Kualitatif 2) Informan: pengunjung kancah anyar <i>caffé</i> dan morojoyo <i>caffé</i> 3) Tempat: kncah anyar <i>caffé</i> dan morojoyo <i>caffé</i> 4) Metode pengumpulan data: wawancara, dokumentasi, observasi 5) Metode analisis: kualitatif deskriptif 6) Keabsahan data:	a. Bagaimana gaya hidup mahasiswa UIN KHAS JEMBER terhadap maraknya <i>caffé shop</i> di kota Jember dalam perspekif islam? b. Bagaimana komunikasi interpersonal yang di lakukan oleh mahasiswa UIN KHAS JEMBER saat mengunjungi <i>caffé shop</i> dalam perspektif
2.	Komunikasi interpersonal seseorang saat melakukan akstifitas nongkrong	<ul style="list-style-type: none"> • Percaya diri • Menambah wawasan 	a) Seseorang menjadi lebih percaya diri untuk mengutarakan pendapat b) Seseorang dapat menambah wawasan mereka saat nongkrong	1. Wawancara (Khususnya kepada pengunjung kancah anyar <i>caffé</i> dan morojoyo <i>caffé</i>) 2. Dokumentasi 3. Observasi	1) Kualitatif 2) Informan: pengunjung kancah anyar <i>caffé</i> dan morojoyo <i>caffé</i> 3) Tempat: kncah anyar <i>caffé</i> dan morojoyo <i>caffé</i> 4) Metode pengumpulan data: wawancara, dokumentasi, observasi 5) Metode analisis: kualitatif deskriptif 6) Keabsahan data:	a. Bagaimana gaya hidup mahasiswa UIN KHAS JEMBER terhadap maraknya <i>caffé shop</i> di kota Jember dalam perspekif islam? b. Bagaimana komunikasi interpersonal yang di lakukan oleh mahasiswa UIN KHAS JEMBER saat mengunjungi <i>caffé shop</i> dalam perspektif

					Triangulasi teknik	islam?
--	--	--	--	--	--------------------	--------



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

b. Formulir pengumpulan data

Pedoman wawancara

1. Kesibukannya apa kak?
2. Suka nongkrong ngak kak?
3. Biasanya kalo nongkrong dimana?
4. Dalam seminggu berapa kali nongkrong?
5. Biasanya berapa jam sih ngafe?
6. Biasanya kalo nongkrong sendiri apa barengan?
7. Biasanya kalo nongkrong ngapain aja?
8. Kriteria cafe yang bakal kakak datengin lagi kaya apa sih?
9. Suka ga nongkrong di cafe deket kampus sini?
10. Apasih pendapat kakak tentang nongkrong?



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS DAKWAH

Jl. Mubarami No. 1 Mangli Kalwates Jember, Kode Pos 68136 Telp. 0331-487550
email: info@uinkhas.ac.id website: <http://uinkhas.ac.id>

Nomor : B 1572/Un.22/B.a/PP.00.9/d5 /2024
Lampiran : -
Hal : Permohonan Tempat Penelitian Skripsi

20 Mei 2024

Yth.

Owner Morojoyo Caffe & Resto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini kami memohon dengan hormat agar mahasiswa berikut :

Nama : Marcella putri cantika
NIM : 205103010021
Fakultas : Dakwah
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Semester : VIII (delapan)

Dalam rangka penyelesaian / penyusunan skripsi, yang bersangkutan mohon dengan hormat agar diberi ijin mengadakan penelitian / riset selama ± 30 hari di lembaga yang Bapak/Ibu pimpin.

Penelitian yang akan dilakukan berjudul "Aktifitas nongkrong dan komunikasi interpersonal mahasiswa di caffe shop dalam perspektif Islam (Studi mahasiswa UIN KHAS JEMBER)"

Demikian atas perkenan dan kerjasama Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

An. Dekan,

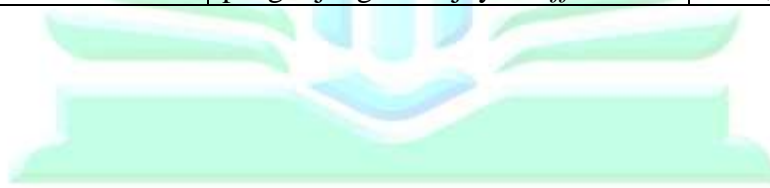
Wakil Dekan Bidang Akademik



Muhibbin

JURNAL PENELITIAN

No	Tanggal	Kegiatan	Informan
1.	11 Maret 2024	Melakukan wawancara penelitian kepada staff <i>Kancah Anyar Caffe</i>	Kak Mifratul Hasanah
2.	11 Maret 2024	Melakukan observasi mengenai gaya hidup pengunjung dan kegiatan yang mereka lakukan di <i>Kancah Anyar Caffe</i>	Kak Mifratul Hasanah
3.	12 Maret 2024	Melakukan wawancara penelitian kepada owner <i>Morojoyo Caffe</i>	Kak Erick
4.	12 Maret 2024	Melakukan observasi mengenai gaya hidup pengunjung dan kegiatan yang mereka lakukan di <i>Morojoyo Caffe</i>	Kak Erick
5.	13 Maret 2024	Melakukan wawancara kepada pengunjung <i>Kancah Anyar Caffe</i>	Kak Fais, Zain, Riski, Nia
6.	14 Maret 2024	Melakukan wawancara kepada pengunjung <i>Morojoyo Caffe</i>	Kak Abduh, Riski, Cilla, Zidqi



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

c. Foto

Morojoyo Caffe



Kancah Anyar Caffe



BIODATA PENULIS



Nama : Marcella Putri Cantika
Nim : 205103010021
Tempat, Tanggal Lahir : Jember, 24 Mei 2002
Fakultas : Dakwah
Jurusan/Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Alamat : Dusun Krajan RT 003 RW 008, Desa Sumber
Wringin, Kecamatan Sukowono, Kabupaten Jember

Riwayat Pendidikan

1. SDN Sukowono 01 (2014)
2. MTsN Sukowono (2017)
3. SMK Muhammadiyah 4 Kalisat (2020)