



**FENOMENA GAYA HIDUP ANAK SENJA**  
**(STUDI KASUS BUDAYA *NONGKRONG* ANAK SENJA DI**  
***COFFEE SHOP* JAKARTA)**

***SKRIPSI***

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu

Komunikasi

Diajukan Oleh:

Nama: Atika Surya Ningsih

NIM: 1606015091

Peminatan: Hubungan Masyarakat



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**JAKARTA, 2020**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Atika Surya Ningsih  
NIM : 1606015091  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Hubungan Masyarakat  
Judul Skripsi : Fenomena Gaya Hidup Anak Senja (Studi Kasus  
Budaya *Nongkrong* Anak Senja di *Coffee Shop*  
Jakarta)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggung jawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 27 Maret 2020

  
**Atika Surya Ningsih**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul Proposal : Fenomena Gaya Hidup Anak Senja (Studi Kasus  
Budaya *Nongkrong* Anak Senja di *Coffee Shop* Jakarta)

Nama : Atika Surya Ningsih

NIM : 1606015091

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah diperiksa dan disetujui  
Untuk mengikuti Skripsi oleh

Pembimbing I

Pembimbing I



**Dr. Novi Andayani P.M.Si**

Tanggal: 12 Agustus 2020



**Rifma Ghulam Dzaljad, S.A.g.,M.Si**

Tanggal:.....

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Fenomena Gaya Hidup Anak Senja (Studi Kasus  
Budaya *Nongkrong* Anak Senja di *Coffee Shop* Jakarta)  
Nama : Atika Surya Ningsih  
NIM : 1606015091  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Hubungan Masyarakat

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Rabu, tanggal 27 Agustus 2020, dan dinyatakan  
LULUS.

Dr. H. Syaiful Rohim, M.Si

Gilang Kumari Putra, S.Sos., M.I.Kom

Tanggal: 7 September 2020

Tanggal: 23 September 2020

Dr. Novi Andayani P.M.Si

Rifma Ghulam Dzaljad, S.A.g., M.Si

Tanggal: 21 September 2020

Tanggal: 27 September 2020

Mengetahui,  
Dra. Tehys Corliana, M.Hum.

## ABSTRAK

Judul : Fenomena Gaya Hidup Anak Senja (Studi Kasus Budaya Nongkrong Anak Senja Di Coffee Shop Jakarta)  
Nama : Atika Surya Ningsih  
NIM : 1606015091  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Hubungan Masyarakat  
Halaman : 87 + lxxxviii + 2 gambar + 3 tabel + 12 bibliografi

Anak senja merupakan bagian dari anak indie. Mereka mempunyai kesamaan diantaranya dalam selera musik. Hanya saja anak senja lebih sebagai penikmat musik yang diciptakan oleh anak indie. Anak senja memiliki kebiasaan seperti *nongkrong* di *coffee shop*. Fokus penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana gaya hidup anak senja di *coffee shop* dan pola interaksi anak senja ketika *nongkrong* di *coffee shop*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami gaya hidup dan budaya *nongkrong* yang dilakukan oleh anak senja di *coffee shop* Jakarta.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Teori yang digunakan yaitu teori interaksionisme simbolik (George Herbert Mead: 1934) untuk menganalisa gaya hidup dan interaksi social yang terjadi pada aktivitas anak senja ketika *nongkrong* di *coffee shop* pada sore hari di Jakarta. Selain itu, penelitian ini juga menekankan konteks komunikasi kelompok dan kecenderungan gaya hidup yang ditampilkan dalam interaksi kelompok tersebut.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, jenis penelitian deskriptif dan metode studi kasus. Teknik pengumpulan datanya dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam (*indepth-interview*), dokumentasi, dan studi pustaka. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa anak senja biasanya melakukan aktivitas seperti *nongkrong* di *volks kaffe* Kebiasaan yang dilakukan anak senja ketika *nongkrong* di *coffee shop* adalah membicarakan tentang konser musik, bertukar pikiran, dan mencari inspirasi tentang kehidupan. Anak senja mampu berinteraksi secara terbuka, ramah, dan efektif dengan orang lain di luar kelompoknya, serta tidak mendapatkan *stereotype* (cap, label, stigma) negative sebagaimana anak punk, geng motor, dan kelompok jalanan lainnya.

**Kata kunci:** Anak Senja, Budaya *Nongkrong*, *Coffee Shop*, Gaya Hidup

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Kontribusi Penelitian .....	6
1.5.1 Kontribusi Akademis.....	6
1.5.2 Kontribusi Metodologis .....	6
1.5.3 Kontribusi Praktis .....	7
1.5.4 Kontribusi Sosial .....	7
1.6 Keterbatasan Penelitian .....	7
1.7 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Paradigma .....	14
2.3 Hakekat Komunikasi .....	15
2.3.1 Pengertian Komunikasi .....	15
2.3.2 Model Komunikasi .....	16
2.3.3 Elemen Komunikasi .....	17
2.3.4 Fungsi Komunikasi.....	18

2.3.5	Konteks Komunikasi .....	19
2.4	Hubungan Masyarakat .....	22
2.4.1	Pengertian Hubungan Masyarakat .....	22
2.4.2	Tujuan Hubungan Masyarakat .....	24
2.4.3	Fungsi Hubungan Masyarakat .....	24
2.4.4	Peran Hubungan Masyarakat .....	24
2.4.5	Tugas Hubungan Masyarakat .....	26
2.4.6	Model Hubungan Masyarakat .....	27
2.5	Komunikasi Kelompok .....	29
2.5.1	Pengertian Komunikasi Kelompok .....	29
2.5.2	Fungsi Komunikasi Kelompok .....	29
2.5.3	Penggolongan Komunikasi Kelompok .....	31
2.5.4	Proses-Proses Komunikasi Kelompok .....	33
2.6	Teori Interaksi Sosial .....	35
2.7	Budaya Populer .....	43
2.7.1	Pengertian Budaya Populer .....	43
2.7.2	Karakteristik Budaya Populer .....	44
2.8	Gaya Hidup .....	47
2.8.1	Definisi Gaya Hidup .....	47
2.8.2	Nongkrong Sebagai Gaya Hidup .....	48
2.8.3	Gaya Hidup dan Interaksi Sosial .....	49
2.8.4	Dimensi Gaya Hidup .....	51
2.8	Kerangka Bagan Pemikiran .....	53

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1	Pendekatan, Jenis, dan Metode Penelitian .....	54
3.1.1	Pendekatan Penelitian .....	54
3.1.2	Metode Penelitian .....	56
3.1.3	Jenis Penelitian .....	57
3.2	Penentuan Informan .....	58
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	59

3.4	Teknik Analisis Data .....	61
3.5	Bagan Alur Penelitian.....	62
3.6	Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	63
	3.6.1 Lokasi Penelitian .....	63
	3.6.2 Jadwal Penelitian .....	63

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Deskripsi Subjek/Objek.....	65
	4.1.1 Subjek Penelitian .....	65
	4.1.2 Objek Penelitian.....	66
4.2	Hasil Penelitian.....	69
	4.2.1 Budaya <i>Nongkrong</i> Anak Senja Di <i>Coffee Shop</i> .....	69
	4.2.2 Interaksi Anak Senja Di <i>Coffee Shop</i> .....	73
4.3	Pembahasan .....	79
	4.3.1 Fenomena Budaya Anak Senja.....	79
	4.3.2 Pola Interaksi Anak Senja.....	82

#### **BAB V PENUTUP**

5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran-Saran.....	86
	5.2.1 Saran Akademis.....	87
	5.2.2 Saran Metodologis.....	87
	5.2.3 Saran Praktis .....	87
	5.2.4 Saran Sosial .....	87

DAFTAR PUSTAKA .....	lxxxiii
Riwayat Hidup Peneliti .....	xcii
Lampiran .....	xcii

## DAFTAR GAMBAR

2.1 Model Komunikasi.....	16
4.1 Volk Kaffee.....	67



## DAFTAR TABEL

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	10
3.1 Alur Penelitian .....	63
3.2 Jadwal Penelitian.....	64



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Makhluk hidup merupakan makhluk yang ingin selalu berkomunikasi dengan satu sama lain. Komunikasi adalah dasar dari segala kegiatan interaksi antar manusia, baik secara perorangan, kelompok, maupun organisasi. Hakikat komunikasi adalah sebuah interaksi perasaam manusia dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyampainnya. (Effendy dalam Rhomadoni 2015: 11).

Setiap manusia butuh interaksi dengan manusia lainnya, dan kebutuhan ini melalui komunikasi dengan bertukar pikiran untuk membanguk hubungan yang baik sesama manusia. Pada dasarnya manusia hidup di dalam budaya yang berbeda dengan manusia lainnya, budaya merupakan suatu kebiasaan setiap generasi ke generasi seperti tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, hierarki, agama, waktu, peranan, hubungan ruang, konsep alam semesta, objek-objek materi. (Mulyana, 2014: 18)

Gaya hidup *nongkrong* adalah aktivitas yang sejak ada dari dulu, dahulu anak muda lebih cenderung *nongkrong* di pelataran rumah sambari menyesap kopi yang di buat sendiri di rumah dan Pada zaman dulu juga *nongkrong* biasanya hanya dilakukan di warung kopi kecil berbeda jauh pada generasi sekarang yang di kenal sebagai generasi anak muda milenial *nongkrong* sering di lakukan di *Coffee Shop* besar. Namun generasi milenial sekarang ini lebih cenderung memilih melakukan *nongkrong* di *Coffee Shop* besar dan

*fancy*. Masih seperti zaman dahulu kegiatan inti dari *nongkrong* tersebut adalah untuk bersosialisasi dengan satu sama lain.

Gaya hidup adalah kebiasaan makhluk hidup untuk menjalankan aktivitas di setiap harinya, gaya hidup juga menjelaskan pola hidup seseorang dalam berinteraksi di dunia. Juga bisa di simpulkan bagaimana manusia menghabiskan waktunya yaitu beraktivitas dan apa yang penting manusia pertimbangkan di lingkungannya dan juga apa yang manusia pikirkan tentang diri sendiri dan lingkungan sekitarnya. (Kotler 2014:9)

*Nongkrong* merupakan bahasa anak muda atau generasi milenial yang berarti berkomunikasi sesama manusia di suatu tempat. Namun dalam pengertian berikutnya istilah *nongkrong* menjadi lebih luas. Banyak kegiatan dan aktivitas baik aktif maupun pasif yang kemudian berkembang dari sekedar berdiam di suatu tempat menjadi, seperti bertemu, mencari, duduk, berdiri, dan berdiam diri (Suyanto 2019:17). *Nongkrong* juga dapat melibatkan manusia lain dan organisasi untuk melakukan kegiatan kumpulan untuk membicarakan kehidupan pada suatu tempat diisi berbagai macam kegiatan seperti berbincang dan berbicara dengan manusia lain. Namun ada konteks yang menyebabkan terjadinya *nongkrong* seperti *nongkrong* pasif atau membuang-buang waktu. Mengapa peneliti beranggapan seperti itu karena para anak senja ini lebih pada bermain teknologi ataupun mencari eksistensi dalam budaya *nongkrong* di *coffee shop* ini, bukan untuk bersosialisasi atau berkomunikasi dengan individu-individu lain.

Merebaknya *Coffee Shop* mulai jadi hal yang biasa di lihat oleh manusia. Dapat dilihat dengan banyak *Coffee Shop* yang baru di Indonesia. Berdasarkan data Asosiasi Pengusaha *Coffee Shop* dan Restoran Indonesia, di tahun 2018 terdapat peningkatan 15 sampai 20 persen jumlah *Coffee Shop* dan restoran di Kota Jakarta. Diikuti pula dengan *Coffee shop - Coffee Shop* lain berada di kota besar lainnya. setidaknya terdapat lebih dari 350 lebih *Coffee Shop* yang beroperasi (Lim 2014:56).

Melalui beragam *coffee shop*, bahkan kafe sekalipun kian bermunculan dengan cepat di berbagai kalangan masyarakat khususnya anak senja. Maraknya *Coffee Shop* tersebut juga dengan menu yang unik, tempat yang bagus, harga yang terjangkau. Hal tersebut membentuk animo masyarakat atau anak senja untuk *nongkrong* dan keinginan yang tinggi untuk menjadi sebagian dari *Coffee Shop* tersebut, karena semakin menjamurnya *Coffee shop* di Jakarta secara tidak langsung menunjukkan minat anak senjal terhadap keberadaan *Coffee shop*.

Salah satunya adalah anak senja. Istilah anak senja sendiri terbentuk dengan sendirinya karena mereka sendiri yang melabeli dirinya dengan sebutan anak senja. Anak senja merupakan bagian dari anak indie. Mereka mempunyai kesamaan diantaranya tentang selera musik hanya saja anak senja lebih sebagai penikmat musik yang diciptakan oleh anak indie.

Anak senja *nongkrong* di *Coffee shop* dari pagi hingga malam. Anak senja zaman ini memilih *nongkrong* di *Coffee shop*. Eksistensi *Coffee shop* menjadi tempat *nongkrong* baru bagi anak senja. Umumnya, *Coffee shop* di

sini sebagai tempat bertatap muka atau ‘tempat kedua’ setelah rumah, baik itu dengan keluarga sendiri, teman kuliah ataupun rekan bisnis ataupun anak senja yang saat ini menjadi budaya atau gaya hidup untuk *nongkrong* di *Coffee shop*.

Hal ini dipahami sebagai bentuk tuntutan eksistensi yang berdampak sangat total terhadap cara hidup masyarakat atau anak senja. Salah satunya adalah kebutuhan untuk ajang bertemu dan bersosialisasi dengan satu sama lain. Seiring berkembangnya zaman, kehidupan masyarakat atau anak senja perkotaan pun mulai mengalami perubahan gaya hidup. Salah satunya, manifestasi gaya hidup saat ini adalah kebiasaan *nongkrong* di *Coffee shop* bagi kelompok masyarakat tertentu, Masyarakat itu adalah anak senja yang selalu menghabiskan setiap harinya di *Coffee shop*. Gaya hidup yang mengalir melalui secangkir kopi dan *nongkrong* menjadikan *Coffee Shop* sebagai pilihan gaya hidup anak senja ini.

Berbagai pilihan yang di sediakan *Coffee shop* menjadikan orang memiliki beragam pilihan gaya hidup baru yang lebih cair, dan disadari atau tidak menjadi bagian dari kehidupan mereka sehingga kecenderungan untuk terikat pada kegiatan *nongkrong* ini pun cukup tinggi (Heryanto,2008). Keberadaan orang memilih *Coffee shop* sebagai tempat kedua dengan berbagai alasan tentu menjadi fenomena yang menarik dan berdampak bagi kehidupan sosial kita, terutama soal perubahan gaya hidup, pola konsumsi, dan bentuk interaksi satu sama lain yang terjadi.

Seakan menjadi hal yang lumrah ketika orang-orang memindahkan kegiatan sehari-hari mereka ke *Coffee shop* seperti mengetik, membaca, mengobrol bersama teman rekan kerja atau keluarga. Maka dari itu anak senja ini lebih memilih *nongkrong* di *coffee shop* karena gaya hidup yang berubah akibat mencari eksistensi karna kebutuhan gaya hidup yang meningkat pada zaman ini. Anak senja yang berada *coffee shop* ini identik dengan anak senja yang cukup tinggi untuk menjadikan aktivitas *nongkrong* di *coffee shop* sebagai gaya hidup keseharian.

Keberadaan *Coffee shop* dalam keseharian masyarakat atau anak senja khususnya bagi anak senja telah mendapat posisi tersendiri sebagai salah satu alternatif memanfaatkan waktu luang ataupun tujuan yang lebih penting. Berbagai hal mungkin saja terjadi di dalamnya oleh setiap individu atau kelompok yang datang ikut memberikan kontribusi terhadap *Coffee Shop*.

Melalui penjelasan di atas maka dari itu penulis ingin meneliti gaya hidup dan budaya *nongkrong* anak senja di *Coffee Shop* dan pola interaksi komunikasi anak senja ketika *nongkrong* di *Coffee Shop* sehingga anak senja ini setiap hari bahkan dari pagi hingga malam selalu *nongkrong* di *coffee shop*.

Dari latar belakang di atas penulis tertarik untuk mengkaji bagaimana gaya hidup dan budaya *nongkrong* anak senja di *coffee shop* dan pola interaksi komunikasi anak senja ketika *nongkrong* di *coffee shop*.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya hidup dan budaya nongkrong anak senja di *coffee shop*?
2. Bagaimana pola interaksi dan komunikasi anak senja ketika nongkrong di *coffee shop*?

### 1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, peneliti membatasi masalah penelitian di antaranya yaitu:

1. Gaya hidup anak senja.
2. *Coffee shop* sebagai tempat anak senja melakukan aktivitasnya.
3. Pola interaksi dan komunikasi anak senja.

### 1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk memahami yakni sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan memahami gaya hidup dan budaya *nongkrong* anak senja di *coffee shop*.
2. Untuk mengetahui dan memahami pola interaksi dan komunikasi anak senja ketika nongkrong di *coffee shop*.

### 1.5 Kontribusi Penelitian

#### 1.5.1 Kontribusi Akademis

Penelitian ini sebagai alat pembelajaran antara ilmu komunikasi dengan kenyataan yang ada di lapangan. Hal ini menjadi nilai tambah untuk mengembangkan wawasan mengenai keilmuan terkait sosiologi

yang dimana timbulnya suatu budaya baru yang diakibatkan dari aktivitas-aktivitas yang dijadikan sebuah kebiasaan dalam proses kehidupan manusia.

### **1.5.2 Kontribusi Metodologis**

Penelitian ini merupakan suatu pembelajaran studi kasus yang terjadi ditengah masyarakat saat ini, yang nantinya studi kasus ini menjadi suatu gambaran nyata mengenai gaya hidup dan budaya *nongkrong* anak senja di *coffee shop* dan pola interaksi komunikasi anak senja ketika *nongkrong* di *coffee shop*.

### **1.5.3 Kontribusi Praktis**

Penelitian ini memiliki kontribusi praktis yakni dapat mengembangkan keilmuan mengenai gaya hidup dan budaya *nongkrong* anak senja di *coffee shop* dan pola interaksi komunikasi anak senja ketika *nongkrong* di *coffee shop*.

### **1.5.4 Kontribusi Sosial**

Penelitian ini memiliki kontribusi sosial kepada masyarakat agar masyarakat mengetahui gaya hidup dan budaya *nongkrong* anak senja di *coffee shop* dan pola interaksi komunikasi anak senja ketika *nongkrong* di *coffee shop* yang dilihat dari perkembangan zaman yang tidak dapat dipungkiri hadirnya budaya-budaya baru yang terbentuk dari kebiasaan suatu kelompok.

## **1.6 Keterbatasan Penelitian**

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti tentunya menghadapi berbagai macam kendala dan keterbatasan dalam menyusun penelitian. Kendala yang dihadapi berupa sulitnya mendapatkan data yang peneliti cari karena pandemik corona ini. Peneliti sudah bertemu dengan informan yang menyebabkan peneliti harus mewawancarai secara *online* dan tidak bisa bertatap muka secara langsung yang menyebabkan kendala dalam melakukan wawancara.

## **1.7 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan penjabaran latar belakang masalah yang akan diteliti beserta rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan masalah, kontribusi penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN PEMIKIRAN**

Bab ini menjelaskan mengenai paradigma konstruktivis, hakekat komunikasi (pengertian, model, elemen, fungsi, dan konteks komunikasi), teori peminatan hubungan masyarakat, konteks komunikasi kelompok, dan teori interaksi simbolik, konteks gaya hidup.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan penelitian kualitatif, jenis penelitian deskriptif, metode penelitian studi kasus, penentuan informan, teknik pengumpulan data (wawancara mendalam, observasi nonpartisipasi, dan

dokumentasi), teknik analisis data kualitatif, serta lokasi dan waktu penelitian.

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan tentang deskripsi pembahasan temuan penelitian mengenai anak senja, Volks Kaffee, gaya hidup dan budaya *nongkrong* anak senja di *coffee shop* Volks Kaffee dan pola interaksi komunikasi anak senja ketika *nongkrong* di Volks Kaffee.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab ini memberikan penjelasan tentang kesimpulan dari seluruh penelitian ini dan saran-saran.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN-LAMPIRA**

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber Buku:

- Ardianto, Elvinaro. 2012. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- Bungin, Burhan, 2013. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Cutlip, M. Scott. 2011. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana
- Effendy, Romadhoni, 2015, *Ilmu Teori Komunikasi dan Praktek*. Jakarta: PT. Remaja rosda karya
- Kriyantono, Rachmat, 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Neuman, W.L. 2014. *Social Research Methods, Qualitative and Quantitative Approaches. Fifth Edition*. Boston: Pearson Education
- Rakhmat, Jalaludin, 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian PR dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sobur, Alex. 2013. *Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Widjaja, A.W. 2010. *Komunikasi: Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*.  
Jakarta: Bumi Aksara.

**Sumber Internet:**

[lib.ui.ac.id/file?file=digital/125656-R050851-Penataan fisik..](http://lib.ui.ac.id/file?file=digital/125656-R050851-Penataan%20fisik..) diunduh pada  
tanggal 25 Maret 2020, pukul 21.08 WIB

[https://hotelmanagement.binus.ac.id/2015/12/18/kongkow-hang-  
outnongkrong-dan-dampak-sosial-yang-ditimbulkan/.](https://hotelmanagement.binus.ac.id/2015/12/18/kongkow-hang-outnongkrong-dan-dampak-sosial-yang-ditimbulkan/) diunduh tanggal 26  
Maret 2020, pukul 13.04 WIB.

**Sumber Jurnal:**

Irwanti Said, Jurnal Dakwah dan Komunikasi (2017), *Warung Kopi Dan  
Gaya Hidup Modern*, diunduh pada tanggal 12 Maret 2020, pukul 21.10  
WIB.

Dea Ayu Paramitha, Jurnal Pendidikan Sosiologi (2009), *Nongkrong di  
warung Kopi Sebagai Gaya Hidup Mahasiswa di Mato Kopi  
Yogyakarta*, diunduh tanggal 16 Maret 2020, pukul 14.50 WIB

Sisilia Herlina, Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (2015), *Strategi  
Komunikasi Humas Dalam Membentuk Citra Pemerintah Kota  
Malang*, diunduh tanggal 19 Maret 2020, pukul 14:40 WIB.

Yudi, Adhitya Dwitama, Jurnal Ilmiah Sosiologi (2016), *“café addict” gaya  
hidup remaja perkotaan (studi kasus pada remaja di kota Mojokerto)*,  
diunduh tanggal 25 Maret 2029, pukul 13.45 WIB

Ahmad Fauzi, Jurnal Ilmiah Sosiologi (2015), *Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Denpasar)*, diunduh tanggal 25 Maret 2020, pukul 20:25 WIB.

Wijarnako Eri, Syafiq Muhammad, Jurnal Psikologi Teori dan Terapan (2013), *Studi Fenomenologi Pengalaman Penyesuaian Diri Mahasiswa Papua di Surabaya*. diunduh tanggal 26 Maret 2020, pukul 02.00 WIB.

