

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Bekasi adalah salah satu penyangga ibu kota dengan Upah Minimum Regional tertinggi se-Jawa Barat, menjadikan wilayahnya memiliki daya tarik tersendiri. Sebagai penyangga ibu kota, pastinya tidak sedikit orang yang hilir mudik ke Kabupaten Bekasi setiap harinya. Hal ini juga dikarenakan Kabupaten Bekasi merupakan pusat kawasan industri di Jawa Barat.

Pengaruh globalisasi menjadikan para pendatang dari berbagai suku dan etnis di Indonesia menjadikan perkembangan Kabupaten Bekasi semakin pesat. Banyak masyarakat dari luar Bekasi, bahkan luar Jawa Barat yang mencoba mencari peruntungan di Kabupaten Bekasi. Salah satu caranya yaitu dengan berbisnis.

Usaha di dunia kuliner adalah salah satu kesempatan usaha yang bisa dibilang tak akan punah. Hal ini karena kebutuhan pangan, sandang, dan papan harus dipenuhi oleh setiap manusia. Usaha kuliner dapat memenuhi kebutuhan pangan manusia (Risyda Azizah, 2015: 2).

Saat ini bisnis kuliner di Kabupaten Bekasi semakin meluas dengan beragam jenis keunikannya. Setiap kuliner memiliki ciri khasnya masing-masing. Dunia kuliner pun diminati oleh berbagai kalangan. Kuliner tersebut ada berbagai macam, mulai dari yang tradisional hingga mancanegara.

Sudah sejak lama, tidak sedikit usaha kuliner tradisional yang berdiri di Kabupaten Bekasi yang asalnya dari beragam daerah di Indonesia. di antaranya yaitu Warung Tegal, Rumah Makan Padang Warung Makan Ampera, Sate Madura, dan lain-lain. Saat ini salah satu usaha kuliner informal yang sedang berkembang di tengah masyarakat yaitu angkringan. Angkringan adalah warung tenda sederhana yang beroperasi sore hingga dini hari. Angkringan sendiri merupakan warung kaki lima khas dari Yogyakarta.

Angkringan seringkali ditemui di daerah Yogyakarta serta Solo karena adalah daerah asalnya. Sebagaimana yang kita ketahui, banyak masyarakat Jawa yang mengadu nasib dari desa ke kota. Masyarakat Jawa melihat kesempatan usaha yang bagus dari angkringan, sehingga dapat menjadikannya pekerjaan alternatif untuk mereka yang merantau di sekitar ibukota.

Menu yang paling digemari dari angkringan yaitu nasi atau sego kucing. Biasanya lauk pauknya yaitu, teri goreng, tempe sambal kering, sate usus, sate telur puyuh, sate bakso, sate otak, sate sosis, gorengan dan sebagainya. Sedangkan untuk minumannya, biasanya susu, wedang jahe, air jeruk, teh manis, dan kopi (SB Handayani dan M. Taufik, 2017: 59).

Angkringan menyebabkan ketertarikan karena pertama, lokasinya strategis dan mudah dicari. Angkringan biasanya berada di pinggir jalan. Kedua, konsep angkringan walaupun lebih modern namun tetap memiliki unsur tradisional di dalamnya. Ketiga, menunya pun sederhana dan tidak terlalu menguras isi dompet. Keempat, pembelinya bervariasi mulai dari kalangan bawah hingga atas serta suasananya membawa menjadi lebih santai, bebas, dan akrab (Wahyuning Indah

Pertiwi, 2021).

Angkringan seringkali menjadi alternatif tempat *nongkrong* di kala malam hari karena harga makanannya relatif murah serta suasananya yang mendukung untuk bercengkerama dengan orang-orang. Keberadaan angkringan menjadi salah satu alternatif untuk memanfaatkan waktu luang bagi anak muda. Adanya angkringan dapat membuat anak muda tertarik. Menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2009, anak muda merupakan orang yang berusia 16-30 tahun (Adityo Nugroho, 2019: 47). Pada kelompok usia tersebut, mereka berlomba untuk menunjukkan eksistensi dirinya masing-masing. Mereka gemar *nongkrong* atau berdiam diri di tempat yang ditujukan untuk mengisi waktu luang (Ganistria Marbawani dan Grendi Hendrastomo, 2020: 1).

Nongkrong yaitu kegiatan atau aktivitas yang sering dilakukan oleh anak muda atau orang yang masih tergolong kategori produktif. *nongkrong* termasuk salah satu kegiatan dalam mengisi waktu senggang sesudah sekolah, kuliah atau bekerja untuk melepas penat. Bagi yang gemar *nongkrong* ini, mereka butuh tempat dan suasana yang nyaman serta produk yang ditawarkan.

Menurut analisis hasil penelitian terhadap hampir 800 responden anak muda di enam kota besar di Indonesia, berusia 16-35, yang dilakukan oleh MarkPlus Insight bekerja sama dengan Komunitas Marketeers pada tahun 2010 bulan Februari sampai Maret, bahwasanya anak muda dan kegiatan *nongkrong* adalah dua hal yang sudah melekat erat di masyarakat. Topik obrolan pun ketika *nongkrong* berbagai macam. Mulai dari topik yang ringan hingga yang berat (Hermawan Kartajaya dan Bernadius E. Satrio, 2010). Berbanding terbalik dengan

kebudayaan barat yang lebih cenderung individual, kebiasaan berkumpul memang melekat erat dalam kebudayaan Indonesia yang masih mempunyai kehidupan bermasyarakat yang sangat kuat (Alwazir, Abdusshomad, 2021: 60).

Fenomena anak muda yang selalu berkumpul serta berinteraksi di tempat tertentu merupakan hal yang lumrah terjadi di tengah masyarakat. Peneliti menganggap fenomena ini menarik, karena sesuai pengamatan peneliti anak muda seringkali *nongkrong* di angkringan dan angkringan memiliki unsur nilai yang tradisional.

Salah satu daerah yang mengalami fenomena anak muda *nongkrong* di angkringan yaitu Desa Sumberjaya Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi. Walaupun memiliki unsur tradisional, angkringan tidak kalah menarik dari kafe-kafe lainnya sebagai tempat untuk *nongkrong*. Mulai dari remaja hingga bapak-bapak suka mengunjungi angkringan. Baik itu hanya untuk mencari makan malam atau sekedar ngopi-ngopi.

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis ingin melakukan penelitian mengenai fenomena anak muda *nongkrong* di angkringan, yang penulis tuangkan dalam judul: FENOMENA ANAK MUDA *NONGKRONG* DI ANGKRINGAN (Penelitian di Desa Sumberjaya Kecamatan Tambun Selatan Kabupaten Bekasi).

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disusun identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Anak muda menyukai kegiatan *nongkrong*
2. Angkringan memiliki unsur budaya tradisional

3. Angkringan tempat berinteraksi sosial

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah disebutkan di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apa makna *nongkrong* di angkringan?
2. Apa saja perilaku anak muda ketika *nongkrong* di angkringan?
3. Apa yang menyebabkan anak muda memilih *nongkrong* di angkringan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui makna *nongkrong* di angkringan
2. Untuk mengetahui perilaku anak muda ketika *nongkrong* di angkringan
3. Untuk mengetahui penyebab anak muda memilih *nongkrong* di angkringan

1.5 Kegunaan Penelitian

Beberapa kegunaan atau manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademis (Teoritis)

Penelitian ini diharapkan berguna untuk pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ilmu sosial, terutama terkait dengan fenomena anak muda *nongkrong* di angkringan.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan berguna untuk pemerintah dan stakeholder dalam memahami fenomena anak muda *nongkrong* di angkringan.

1.6 Kerangka Pemikiran

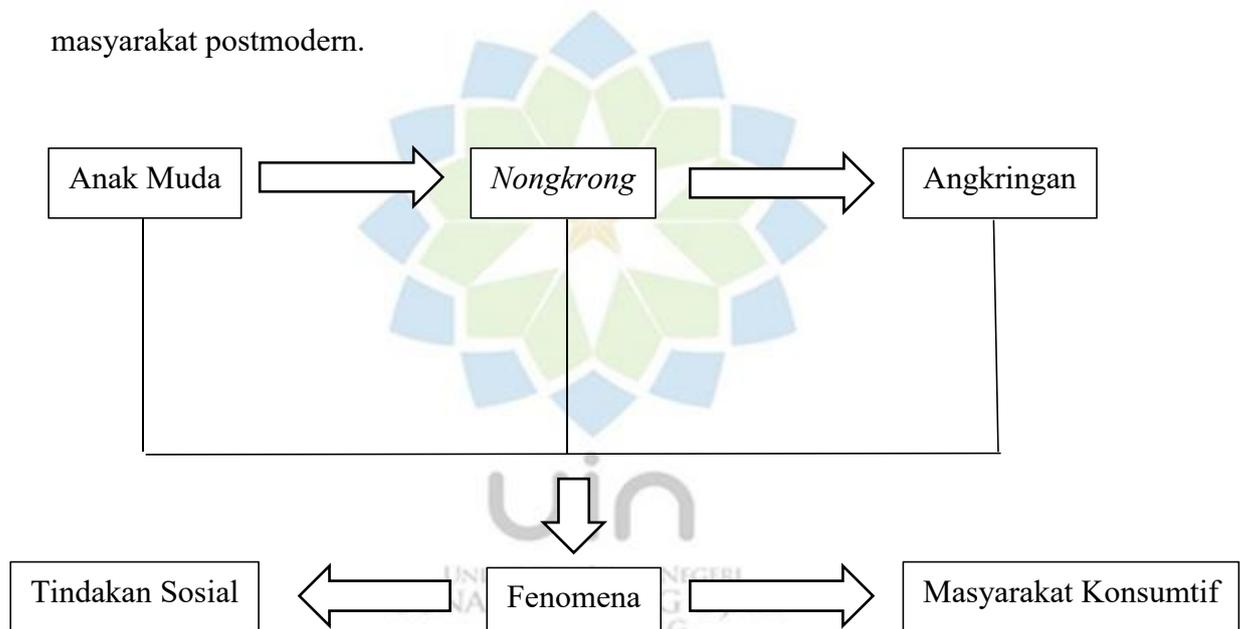
Menurut pasal 1 ayat 1 Undang-Undang Nomor 40 tahun 2009 mengenai Kepemudaan, kaum muda di Indonesia identik dengan usia yang produktif dari 16 sampai 30 tahun (Derajad S. Widhyarto, 2014: 143). Masa ini merupakan masa-masa yang paling menyenangkan. Tahap ini adalah tahap penyempurnaan untuk menuju kedewasaan, di mana anak muda melakukan pencarian jati diri mereka. Anak muda seringkali gemar berkumpul serta bersosialisasi dengan teman-temannya di tempat favorit mereka. Kegiatan tersebut disebut juga *nongkrong*.

Nongkrong adalah gabungan dari dua kata yakni ‘ngonkong’ dan ‘nangkring’, yang lebih kita kenal dengan kegiatan kumpul bersama, berbincang, bersantai, dan bersenda gurau di suatu tempat yang dilakukan secara sendiri atau ramai-ramai (Putri Amalia Sari, 2013: 24). Kegiatan *nongkrong* bagi anak muda sudah menjadi kebiasaan dan menjadi candu yang membuat ketagihan selalu ingin melakukannya lagi (Meiputri Wulandari dan Erianjoni, 2021: 115). Tempat *nongkrong* setiap orang-orang pun berbeda. Ada yang berdasarkan kenyamanan tempat, harga, menunya, dan lain-lain.

Angkringan adalah satu yang seringkali menjadi pilihan sebagai tempat *nongkrong*. Angkringan adalah warung makan yang berasal dari Yogyakarta, biasanya berlokasi di pinggir jalan. Makanan yang dijual di angkringan bervariasi dan ramah di kantong, seperti nasi kucing, sate-satean, minuman hangat, dan lainnya (Dyah Suryani dan Fardhiasih Dwi Astuti, 2019: 72). Walaupun mengandung unsur tradisional, angkringan tidak kalah menarik dari kafe-kafe sebagai tempat *nongkrong* anak muda, dikarenakan menunya lebih terjangkau dan

suasananya pun lebih santai karena semua kalangan dapat menikmatinya, dan tidak memandang status sosial.

Anak muda yang *nongkrong* di angkringan menjadi sebuah fenomena di tengah masyarakat karena merupakan peristiwa atau gejala yang terjadi dan dapat diobservasi dalam kehidupan sosial, seperti perilakunya. Fenomena anak muda *nongkrong* di angkringan tersebut dalam penelitian ini dianalisis dengan teori masyarakat konsumtif, di mana konsumsi telah menjadi aktivitas dan identitas masyarakat postmodern.



Bagan 1.1

Kerangka Pemikiran