**"MERASA GAUL!" FENOMENA REMAJA FOMO TERHADAP AKTIVITAS NGOPI BARENG DI KOTA SINTANG**

Disusun Oleh :

Nama Peneliti : 1. Dwi Tiara Nur’aini

2. Vito Ade Permana

3. Muhammad Aulia Rahman

Bidang Penelitian : Ilmu Sosial Dan Humaniora

Jenjang : MA/Sederajat

Nama Pembimbing : Puri Nofianti S.Pd



DIREKTORAT KURIKULUM, SARANA, KELEMBAGAAN, DAN KESISWAAN MADRASAH

DIREKTORAT JENDRAL PENDIDIKAN ISLAM

KEMENTRIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

MAN 1 SINTANG

2024

**KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah Kami mengucapkan puji dan syukur atas kehadirat Allah yang maha kuasa karena atas limpahan nikmat dan karunianya, kami dapat meyelesaikan Karya Tulis Ilmiah dengan judul “*"Merasa Gaul" Fenomena Remaja Fomo Terhadap Aktivitas Ngopi Bareng Di Kota Sintang* " dalam rangka perlombaan *Madrasah Young Researchers Supercamp* (MYRES) dengan tepat waktu.

Karya tulis ini ditujukan untuk menjadi pengetahuan bagi generasi muda untuk mengetahui informasi yang lebih penting yang didapati dari fenomena *Fear of Missing Out* ( FOMO ). Kami juga berharap generasi muda dapat terus melakukan penggalian lebih mendalam lewat perkembangan dunia teknologi.

Selama mengerjakan penelitian dan penulisan karya ilmiah ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, untuk itu pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih,

Terutama kepada :

1. Bapak Ahmad Yani, S. Pd selaku kepala MAN 1 Sintang yang telah memberi dukungan serta Do'a selama penyusunan karya tulis.
2. Ibu Aning Kuriani, S. Pd selaku Waka Kurikulum MAN 1 Sintang yang telah mempercayakan kami sebagai salah satu peserta kompetisi MYRES 2024 mewakili MAN 1 Sintang
3. Ibu Lia Murliati, S. H, M. Pd dan Ibu Murniyati, S. Ag selaku Wali Kelas kami yang telah memberi dukungan dan menjadi penyemangat selama kami menyusun karya tulis.
4. Ibu Puri Nofianti, S. Pd yang telah membimbing, memberi arahan, masukan serta kritik yang membangun selama penulisan karya tulis.
5. Ibu Murni Rospitasari, S. Pd, Ibu Fitri Yunida, S. Pd, dan Bapak Ghalih Prasetyo, S. Pd selaku guru yang telah memberi arahan serta masukan untuk penelitian kami.
6. Kedua orang tua para peneliti, yang sudah memberi dukungan dan Do'a kepada kami.
7. Serta teman-teman MAN 1 Sintang atas dorongan semangatnya dalam mendukung kami menulis karya tulis ini.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan karya tulis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penulisan. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Aamiin yarabbal ‘alamin. Wassalamu’alaikumwarahmatullahi wabarakatuh.

**DAFTAR ISI**

**ABSTRAK**

Ringkasan ini membahas dampak fenomena Fear of Missing Out (FOMO) terkait aktivitas ngopi bareng di Kota Sintang, Kalimantan Barat. Remaja masa kini, terhubung secara global melalui internet dan media sosial, sering merasa tertekan untuk mengikuti tren sosial guna mempertahankan citra sosial mereka. Ngopi bareng bukan hanya sekadar minum kopi, tetapi juga simbol status sosial dan gaya hidup. Media sosial seperti Instagram dan Tik Tok memainkan peran penting dalam meningkatkan FOMO dengan menampilkan aktivitas ngopi bareng teman- teman, memicu keinginan untuk tidak ketinggalan tren. Penelitian ini bertujuan memberikan pemahaman tentang pengaruh aktivitas ngopi bareng terhadap kehidupan sosial remaja di Kota Sintang, dengan fokus pada peran media sosial dalam fenomena ini. Manfaatnya termasuk kontribusi teoritis dalam memahami "Merasa Gaul" pada remaja serta manfaat praktis dalam pembuatan kebijakan publik dan program komunitas yang mendukung perkembangan positif remaja, serta edukasi sehat penggunaan media sosial.

**Kata kunci : FOMO, gaul, ngopi bareng, media sosial, remaja**

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah:**

Sebagai generasi yang berkembang di era globalisasi dengan kemajuan internet dan digital yang pesat membuat remaja dengan mudah selalu terhubung dengan satu sama lain. Penggunaan media sosial yang tinggi membuat generasi ini menjadi lebih mudah terpapar dengan berbagai tren yang ada di laman media sosial. Hal ini memicu mereka untuk senantiasa dapat mengikuti berbagai tren yang ada dan kerap kali merasa gelisah yang berujung pada sebuah ketakutan, fenomena tersebut disebut dengan fear of missing out. Istilah ini pertama kali diperkenalkan oleh Przybylski, dkk (2013) menjelaskan bahwa "fear of missing out adalah fenomena psikologi yang dialami oleh orang-orang yang memiliki gejala terobsesi dengan berbagai hal yang sedang berlangsung dan sering terjadi disekitarnya".

Di era digital dan media sosial seperti saat ini, fenomena FOMO (*Fear of Missing Out*) menjadi semakin signifikan, terutama di kalangan remaja. FOMO merujuk pada kecenderungan seseorang untuk merasa cemas atau khawatir jika mereka merasa tertinggal dari pengalaman sosial atau aktivitas yang dianggap penting oleh lingkungan sekitarnya. Salah satu aktivitas yang sering menjadi fokus dari FOMO adalah ngopi bareng, yang merupakan kegiatan sosial yang populer di kalangan remaja di berbagai kota, termasuk di Kota Sintang, Kalimantan Barat.

Ngopi bareng tidak lagi hanya sekadar minum kopi bersama teman-teman, tetapi juga telah menjadi simbol dari gaya hidup dan status sosial. Di kota-kota seperti Sintang, kegiatan ngopi bareng sering kali terjadi di kedai kopi, kafe, atau tempat- tempat nongkrong lainnya yang menjadi pusat interaksi sosial di kalangan remaja. Aktivitas ini tidak hanya tentang minum kopi, tetapi juga tentang membangun hubungan sosial, mengekspresikan diri, dan merasa terlibat dalam komunitas.

Media sosial memainkan peran penting dalam meningkatkan fenomena FOMO terkait ngopi bareng. Melalui platform seperti Instagram, Tik Tok, dan Snapchat, remaja sering kali terpapar dengan foto- foto dan video-vide yang menampilkan teman-teman mereka menikmati ngopi bareng atau kegiatan serupa. Hal ini dapat meningkatkan rasa ingin tahu dan keinginan untuk ikut serta dalam aktivitas yang sama, agar tidak merasa terlewatkan dari apa yang dianggap sebagai norma atau tren saat ini.

1. **Rumusan Masalah:**

Berdasarkan identifikasi dan analisis masalah maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Sejauh mana media sosial dan teman sebaya mempengaruhi perspektif remaja terhadap kebutuhan untuk terlibat dalam aktivitas ngopi bareng demi mempertahankan citra sosial mereka di komunitas remaja Kota Sintang?
2. Bagaimana fenomena FOMO memengaruhi keputusan remaja di kota Sintang untuk berpartisipasi dalam aktivitas ngopi bareng?
3. Apakah aktivitas ngopi bareng dapat mengurangi kecemasan sosial pada diri remaja kota Sintang?
4. **Tujuan Penelitian:**

Dalam penelitian ini kami mempunyai tujuan umum dan tujuan khusus. Berikut penjabaran nya:

1. **Tujuan Umum**
2. Tujuan umum penelitian ini untuk memberikan wawasan tentang bagaimana aktivitas ngopi bareng dan fenomena FOMO dapat mempengaruhi keputusan remaja di Kota Sintang.
3. Menganalisis kecemasan sosial pada diri remaja di kota Sintang dalam aktivitas “ngopi bareng”
4. **Tujuan Khusus**

Tujuan khusus penelitian ini untuk mengidentifikasi peran media sosial dam teman sebaya dalam perspektif remaja terhadap kebutuhan untuk terlibat dalam aktivitas ngopi bareng demi mempertahankan citra sosial di komunitas remaja di kota Sintang.

1. **Manfaat Penelitian:**
2. **Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan secara mendalam mengenai fenomena “Merasa Gaul” pada diri remaja di kota Sintang.

1. **Manfaat Praktis**
2. Memberi sumbangan masyarakat untuk membuat kebijakan publik dan program komunitas untuk mendukung aktivitas remaja yang positif.
3. Hasil penelitian dapat berguna dalam pembuatan program edukasi penggunaan media sosial secara sehat dan bermanfaat.

**BAB II**

**KAJIAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA**

1. **Kajian Teori**
2. **Pengertian *Fear of Missing Out* ( FOMO )**

FOMO didefinisikan sebagai rasa takut karena tertinggal atau tidak mengetahui peristiwa, informasi, atau pengalaman, dan orang lain mendapat pengalaman berharga dari sesuatu tersebut. Ditandai adanya keinginan untuk terus terhubung dengan apa yang dilakukan oleh orang lain. FOMO dijelaskan sebagai ketakutan dan kecemasan yang dirasakan individu karena tidak terlibat dalam pengalaman menyenangkan bersama orang dekat disekitarnya sehingga membuat individu takut dan cemas akan diabaikan oleh mereka karena ia tidak terlibat dalam pengalaman tersebut (Przybylski, dkk, 2013). FOMO juga terkait dengan rasa takut akan kehilangan kesempatan untuk mengambil peran dalam suatu peristiwa yang bisa meningkatkan popularitas. FOMO terdiri dari dua komponen. Pertama, aspek takut kehilangan yang ditandai dengan perilaku untuk berusaha tetap terhubung dengan orang lain. Kedua, aspek sosial, yaitu FOMO yang berhubungan dengan kebutuhan untuk memiliki dan pembentukan hubungan antarpribadi yang kuat.

1. **Pengertian “Gaul”**

Istilah "gaul" dalam konteks informal dalam bahasa Indonesia sering kali mengacu pada gaya hidup atau perilaku yang mengikuti tren terkini, khususnya di kalangan remaja dan anak muda. Secara lebih spesifik, "gaul" bisa merujuk kepada cara berpakaian, gaya bicara, kegiatan sosial, atau penggunaan teknologi yang dianggap modern dan populer dalam suatu komunitas tertentu pada waktu tertentu.

Menurut Mulyana(dalam Sari 2015:2), bahasa gaul adalah sejumlah kata atau istilah yang mempunyai arti yang khusus, unik, menyimpang atau bahkan bertentangan dengan arti yang lazim ketika digunakan oleh orangorang dari subkultur tertentu. Penelitian ini menyoroti bagaimana remaja menggunakan media sosial untuk membangun dan mengekspresikan identitas mereka, termasuk bagaimana gaya hidup "gaul" tercermin dalam interaksi online Awal mulanya bahasa gaul merupakan bahasa yang digunakan dikalangan preman, sebagai kode untuk percakapan mereka, namun pada akhirnya bahasa gaul tersebut sudah semakin banyak diketahui dan mulai diterima oleh masyarakat.mereka. Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi platform utama bagi remaja untuk mengekspresikan dan menunjukkan identitas "gaul" mereka kepada dunia luar.

1. **Pengertian Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah teknologi berupa media yang dapat saling menghubungkan antara yang jauh dan yang dekat, baik itu berupa interaksi, maupun tindakan sosial.

B.K. Lewis dalam karyanya yang berjudul Social *“Media and Strategic Communication Attitudes and Perceptions among College Students”* yang terbit pada tahun 2010 menyatakan, bahwa media sosial merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagi pesan.

1. Sejarah Sosial Media

Awal mula terciptanya media sosial sendiri terjadi pada 24 Mei 1844. Media sosial awalnya adalah serangkaian titik dan garis elektronik yang diketik pada mesin telegraf. Pada waktu ini juga, Samuel Morse mengirimkan pesan telegraf untuk kali pertama kepada publik.

Akar komunikasi digital bersamaan dengan asal usul internet modern dan pengertian media sosial saat ini dipelopori oleh munculnya *Advanced Research Projects Agency Network* (Arpanet) yang dilakukan pada tahun 1969. Jaringan digital ini diciptakan oleh Departemen Pertahanan AS untuk menghubungkan para ilmuwan dari empat universitas untuk saling berbagi perangkat lunak, perangkat keras, dan data lainnya.

Kemudian, pada tahun 1987, *National Science Foundation* meluncurkan jaringan digital nasional yang lebih kuat dengan nama NSFNET. Setelah berjalan selama satu dekade, tepatnya pada tahun 1997, *National Science Foundation* meluncurkan platform media sosial pertamanya kepada publik.

Namun, menurut *The History of Social Networking di situs Digital Trends*, tumbuh dan kembangnya internet pada sekitar tahun 1980 hingga 1990 berpotensi untuk memperkenalkan layanan komunikasi online, misalnya seperti *CompuServe*, *America Online*, dan Prodigy. Layanan komunikasi ini berhasil menyediakan kepada pengguna untuk berinteraksi melalui email, pesan papan buletin, hingga obrolan online realtime.

1. **Pengertian Remaja**

Remaja adalah masa perubahan dari anak anak menuju dewasa. Menurut A. Dianada (2018) saat ini terjadi pertumbuhan dan perkembangan baik secara fisik maupun mental. Periode ini merupakan periode terakhir dalam memasuki peran menjadi orang dewasa. Lebih lagi, periode remaja merupakan klimaks dari periodeperiode perkembangan sebelumnya, dalam periode ini apa yang diperoleh dalam masa-masa sebelumnya diuji dan dibuktikan sehingga dalam periode selanjutnya individu telah mempunyai suatu pola peribadi yang lebih mantap.

Remaja adalah perubahan perkembangan antara masa anak dan masa dewasa yang mengakibatkan perubahan fisik, kognitif dan psikososial. Perubahan psikologis yang terjadi pada remaja meliputi intelektual, kehidupan emosi dan kehidupan sosial (Hafid, A. & Muhid, A., 2014). Pada tahun 1974, WHO memberilkan definisi tentang remaja, dalam definisi tersebut dikemukakan tiga kriteria, yaitu biologis, psikologis dan sosial ekonomi. Menurut WHO remaja adalah suatu masa ketika :

1. Individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual.
2. Individu mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa
3. Terjadi peralihan dari ketergantungan sosial ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri.
4. **Pengertian Ngopi Bareng**

Istilah ngopi bareng biasa disingkat dengan ngobar, dimana kegiatan ini di isi dengan aktivitas minum kopi Bersama dengan orang orang terdekat menjadi fenomenal dikota tempat kami tinggal, alias di Kota Sintang pada saat ini. Kegiatan ini bukan semata mata hanya untuk minum kopi, tapi kegiatan ini juga biasa digunakan untuk melakukan silaturahmi, sosialisasi, menjalin relasi dan berkomunikasi antar sesama.

1. **Tinjauan Pustaka**
2. **Kajian Tinjauan Pustaka**

Tinjauan Pustaka adalah proses umum yang dilalui untuk mendapatkan teori yang relevan dengan masalah yang diteliti. Mencari beberapa kumpulan penelitian yang terkait kemudian diangkat untuk mendukung penelitian yang dibuat agar penelitian semakin menguat. Kajian pustaka meliputi pengidentifikasian secara sistematis, penemuan dan analisis dokumen yang memuat informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian.

1. **Penelitian Terdahulu Mengenai FOMO**

Penelitian terdahulu memaparkan penelitian-penelitian yang sebelumnya sudah pernah dilakukan dan bersinggungan dengan penelitian mengenai pemaknaan pengalaman FoMO pada karyawan muda. Berikut penelitian terdahulu yang membahas mengenai fenomena FoMO.

Penelitian ini berjudul “*Fear of Missing Out (FoMO): A Generational Phenomenon or an Individual Difference?*” (Barry & Wong 2020). Penelitian yang diambil dari jurnal internasional di Sage Journals, yang diteliti oleh Christopher T. Barry dan Megan Y. Wong pada tahun 2020. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji implikasi individu atau generasi potensial dari FoMO, dengan mempertimbangkan perbedaan kelompok usia dan self-perception (persepsi diri) yang berkorelasi dengan FoMO. Penelitian ini mengacu pada teori dan konsep FoMO, media sosial engagement, dan self-perception. Hasil penelitian yang didapat dengan menggunakan metode kuantitatif ini menyatakan bahwa tidak ada perbedaan kelompok dalam FoMO secara keseluruhan, FoMO mengenai teman dekat, ataupun FoMO mengenai anggota keluarga. Di kelompok usia, harga diri yang rendah (low self-esteem) dan kesepian (loneliness) masing-masing dikaitkan dengan tingginya tingkat FoMO, terutama untuk individu yang juga terlibat secara relatif dalam aktivitas di media sosial yang lebih masif. Serta menunjukkan bahwa FoMO dapat mengkhawatirkan aktivitas individu, yang mungkin akan lebih bermasalah lagi bagi beberapa individu yang sangat tinggi keterlibatannya dengan media sosial. Perbedaannya terdapat pada metode penelitian yaitu kuantitatif, sedangkan penelitian yang sedang diteliti peneliti ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Selain itu, fokus penelitian ini lebih berfokus pada korelasi atau hubungan antara FoMO dengan perbedaan kelompok usia dan self-perception. Sedangkan pada penelitian yang sedang diteliti ini lebih berfokus pada pemaknaan pengalaman FoMO pada karyawan muda.

1. **Kajian Terdahulu Mengenai “Ngopi Bareng”**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa kajian mengenai budaya nogpi bareng atau biasa disebut dengan kata “nongkrong” di kalangan anak muda. Peneliti memahami bahwa sudah banyak penelitian terdahulu yang membahas budaya ngopi bareng dikalangan anak muda dalam kehidupan masyarakat. Namun penelitian ini juga merupakan hal baru dan akan menjadi kajian menarik untuk diteliti. Dalam tinjauan pustaka ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjelaskan bagaimana budaya ngopi bareng ini mempengaruhi gaya hidup anak muda. Beberapa penelitian tersebut diantara nya:

1. *“Perubahan Makna Nongkrong Studi Kasus Interaksi Sosial Mahasiswa di Kafe Blandongan”* oleh Ahmad Syaifullah (2016)
2. *“Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Cofeeshop”* Oleh Nadiya Sahlatul Kholik (2018)
3. *“ “NGOPI YUK!”: Budaya Nongkorong Dan Representasi Ruang Atas Kedai Kopi Serta Ruang Representasional Bagi Para Pelanggan Kedai Kopi”* oleh Zhafira Rahmayani (2020)
4. Jurnal sosiologi dengan artikel yang berjudul *“Pergeseran Budaya Ngopi Dikalangan Generasi Muda Di Kota Tanjungpinang”* oleh Rani Sartika (2012)
5. *”Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda”* oleh Elly Herlyana (2012)

Dari beberapa penelitian terdahulu diatas, pada dasarnya mempunyai berbagai persamaan dengan sama sama membahas budaya ngopi bareng yang dilakukan anak muda di perkotaan.

1. **Penelitian Yang Relevan**

Penelitian dari Nadiya Sahlatul Kholik (2018), yang berjudul: “*Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Coffee Shop” (Studi Kasus Pada Coffee Shop “Starbucks” di Mall Botani Square Bogor)*. Penelitian ini menjelaskan tentang fenomena keberadaan *coffee shop* terhadap gaya hidup kaum muda di Starbucks Mall Botani Suare Bogor. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fenomena gaya hidup kamu muda di *coffee shop* Starbucks dengan pengukuran gaya hidup AIO (*Activies, Interest, Opinion).* Hasil penelitian menunjukkan fenomena gaya hidup diciptakan melalui Starbucks seperti aktivitas nongkrong Bersama teman, mengobrol, diskusi mengenai pekerjaan, mengerjakan tugas kuliah dan tugas kantor. Serta hasil penelitian menunjukkan adanya ketertarikan kaum muda terhadap Starbucks, sehingga kaum muda senang mengunjungi *Coffee Shop* Starbucks.

Penelitian Elly Herlyana (2012) bertajuk “Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda” menemukan bahwa di kalangan generasi muda terdapat kecenderungan gaya hidup yang mengedepankan gengsi dan nilai materi pada generasi muda, hal ini dapat dilihat dalam fenomena coffee shop sebagai gaya hidup hedonistik.

**BAB III**

**METODOLOGI PENELITIAN**

1. **Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian **kualitatif.** Metode kualitatif kami pilih karena masalah yang ingin kami teliti masih belum jelas, kompleks, berupa fenomena sosial yang rumit, dan tidak bisa diukur dengan angka.Menurut Maleong, Metode Kualitatif adalah sebuah penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam kontak sosial secara alami dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang ingin dibahas. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menemukan informasi sedetail-detailnya. Semakin mendalam data yang diperoleh, maka semakin bagus kualitas penelitian tersebut. Berbeda dengan penelitian kuantitatif yang berfokus pada banyaknya data, penelitian kualitatif memusatkan pada seberapa lengkap dan dalam informasi yang didapatkan peneliti.

1. **Pendekatan Penelitian**

Istilah Etnografi berasal dari kata ethno (bangsa) dan graphy (menguraikan). Etnografi, yang berakar dari antropologi adalah sebuah pendekatan yang digunakan untuk memahami cara orang-orang dalam 1 komunitas berinteraksi dan yang teramati dalam kehidupan sehari-hari. Etnografi digunakan untuk meneliti perilaku-perilaku manusia berkaitan dengan perkembangan teknologi komunikasi dalam setting sosial dan budaya tertentu.

Tujuan penelitian etnografi adalah:

1. Untuk memahami rumpun manusia. Dalam hal ini, etnografi berperan dalam menginformasikan teori-teori ikatan budaya; menawarkan suatu strategi yang baik untuk menemukan teori grounded.
2. Etnografi ditujukan guna melayani manusia yakni meyuguhkan problem solving bagi permasalahan di masyarakat, bukan hanya sekadar untuk ilmu.

Ciri-ciri etnografi:

1. Observatory participant—sebagai teknik pengumpulan data
2. Field Note memegang peranan penting
3. Jangka waktu penelitian yang relatif lama, berada dalam setting tertentu
4. Wawancara yang mendalam dan tak terstruktur serta mengikutsertakan interpretasi penelitinya.

1. **Teknik dan Alat Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik Purposive Sampling, Observasi Partisipatif, Dan Wawancara.

1. **Teknik Purposive Sampling**

Dengan menggunakan teknik Purposive Sampling kami dapat mempertimbangkan pengambilan sampel yang akan dilakukan sesuai pada kualitas informasi partisipan, yaitu remaja yang melakukan aktivitas ngopi bareng.

1. **Observasi Partisipatif**

Dengan memilih teknik observasi partisipatif kami dapat menelaah keadaan dari penelitian yang sedang berlangsung dan melakukan pengamatan. Karena hal inilah kami akan terlibat secara langsung dan aktif dalam subjek yang diteliti. Data yang diperoleh selama observasi kemudian dicatat dalam catatan observasi khusus. Dari observasi partisipatif inilah kami dapat memahami dan menjelaskan "fenomena fomo terhadap aktivitas ngopi bareng" secara mendetail serta dapat diuji secara kualitatif. Kemudian kami akan memaparkan spekulasi tentang peristiwa tersebut secara langsung dan sistematis.

1. **Wawancara**

Wawancara dengan beberapa remaja mengungkapkan bahwa mereka merasa tertarik untuk ngopi bareng karena ingin merasa terhubung dengan teman-teman mereka dan tidak ingin merasa ketinggalan dari tren sosial. Mereka menganggap aktivitas ini sebagai cara untuk membangun ikatan sosial dan meningkatkan rasa kebersamaan

1. **Analisis Data**

Dalam kajian ini, peneliti menggunakan model analisis interaktif Miles & Huberman. Proses analisis dalam penelitian model ini dilakukan dengan empat tahap, yaitu:

1. Pengumpulan Data
2. Reduksi data
3. Penyajian data
4. Penarikan kesimpulan

*Gambar 1.1*

Penyajian

Data

Reduksi

Kesimpulan

Pengumpulan

Data

1. **Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini, data diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kemudian dicatat dalam catatan lapangan yang terdiri dari catatan deskriptif. Artinya catatan lapangan ini berisi gambaran tentang latar pengamatan, orang, tindakan dan pembicaraan tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan fokus penelitian.

1. **Reduksi Data**

Setelah data terkumpul selanjutnya dibuat reduksi data guna memilih data yang relevan dan bermakna. Memfokuskan data yang mengarah untuk memecahkan masalah, penemuan, pemaknaan atau untuk menjawab pertanyaan penelitian. Kemudian kami menyusun secara sistematis, dan menjabarkan hal hal penting tentang hasil temuan dan maknanya. Artinya pada proses reduksi data, temuan yang tidak berkaitan dengan permasalahan penelitian difilter atau dibuang. Sehingga memudahkan kami untuk menarik kesimpulan.

1. **Penyajian Data**

Penyajian data berupa tulisan atau kata kata, dan hasil dokumentasi. Tujuannya untuk menggabungkan informasi sehingga dapat menggambarkan keadaan yang terjadi. Dengan demikian kami dapat tetap menguasai data dan tidak tenggelam dalam kesimpulan informasi yang membosankan. Tanpa ada penyajian yang tepat kami akan kesulitan menganalisis hasil akhir penelitian.

1. **Penarikan Kesimpulan**

Penarikan kesimpulan dilakukan selama proses penelitian berlangsung seperti hal nya proses reduksi data, setelah data terkumpul cukup memadai, maka selanjutnya diambil kesimpulan sementara dan setelah data benar benar lengkap maka diambil kesimpulan akhir. Karena suatu inferensi dikatakan sah jika kesimpulannya mengikuti premis-premis nya secara logis. Artinya tidak mungkin premis premis itu benar tetapi kesimpulannya salah. Sejak awal penelitian, peneliti selalu berusaha mencari makna data yang terkumpul. Untuk itu perlu mencari pola, tema, hubungan, persamaan, hal hal yang sering timbul dan sebagainya. Data yang ada kemudian disatukan kedalam unit unit informasi yang menjadi rumusan kategori-kategori dengan berpegang pada prinsip holistik, dan dapat ditafsirkan tanpa informasi tambahan.

**DAFTAR PUSTAKA**

Przybylski. A. K., DeHaan, C. R. & Gladwell, V. (2013). “Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out”. *Computers in Human Behavior.* 29(4) 1841-1848

Sari, Beta Puspa. 2015. “Dampak Penggunaan Bahasa Gaul di Kalangan Remaja terhadap Bahasa Indonesia”. *Prosiding Seminar Nasional Bulan Bahasa UNIB.*

Lewis, B.K. (2010). “Social Media and Strategic Communication: Attitudes and Perceptions among College Students”. Public Relations Journal, 4, 1-23.

Diananda, A. (2018). “Psikologi remaja dan Permasalahannya”. ISTIGHNA, Vol. 1, No 1, Januari 2018 P-ISSN 1979-2824.

Hafid A. & Muhid A. (2014). “Hubungan antara dukungan sosial orang tua dan religiusitas dengan agresivitas remaja anggota pencak silat di Bojonegoro”. Persona, Jurnal Psikologi Indonesia , Vol.3, No.03. hal.205 – 212.

Barry, C., & Wong, M. (2020). “Fear of Missing Out (FoMO): A Generational Phenomenon or an Individual Difference?” Journal of Personal and Social Relationships, 37, 2952-2966. <https://doi.org/10.1177/0265407520945394>

Syaifullah, A*.* (2016). “Perubahan Makna Nongkrong Studi Kasus Interaksi Sosial Mahasiswa di Kafe Blandongan”. Skripsi thesis, UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA.

Kholik, Nadiya S. (2018). “Kajian Gaya Hidup Kaum Muda Penggemar Coffee Shop” (Studi Kasus Pada *Coffee Shop* “Starbuck” Di Mall Botani Square Bogor), 28-29

Rahmayani, Z. (2020). “Budaya Nongkorong Dan Representasi Ruang Atas Kedai Kopi Serta Ruang Representasional Bagi Para Pelanggan Kedai Kopi”. Skripsi UIN SYARIF HIDAYATULLAH YOGYAKARTA

Sartika, Rani (2012). “Pergeseran Budaya Ngopi Di Kalangan Generasi Muda Di Kota Tanjungpinang”. *Foreign Affairs* 91(5):1689-99

Herlyana, Elly (2012). “Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda”, dalam Jurnal Thaqafiyyat Vol. 13, No. 01, 190