

ABSTRAK

Fenomena budaya komunal di Indonesia, khususnya di kalangan anak muda, telah melahirkan kebiasaan berkumpul dan bersosialisasi. Malam Minggu, sebagai waktu rekreasi yang telah terbangun secara historis, menjadi momen penting bagi sebagian besar masyarakat Indonesia untuk mengekspresikan diri dan berinteraksi sosial. Salah satunya adalah dengan melakukan nongkrong yang merupakan kebiasaan yang dianggap penting bagi anak muda khususnya mahasiswa. Seiring berjalannya waktu, pemaknaan nongkrong berkembang sesuai dengan kemajuan teknologi dan gaya hidup. Oleh karena itu, penelitian ini berusaha menggambarkan perilaku konsumsi mahasiswa Universitas Gadjah Mada dalam mengkonstruksi budaya nongkrong di malam Minggu sebagai penunjuk eksistensi mereka dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Melalui teori masyarakat konsumsi dari Jean Baudrillard dan budaya konsumen Mike Featherstone penelitian ini menyimpulkan bahwa budaya nongkrong di malam Minggu merupakan kebutuhan sebagai sarana pengakuan eksistensi mahasiswa Universitas Gadjah Mada, di mana perilaku nongkrong di malam Minggu memiliki perbedaan dengan nongkrong di hari lain yang pemaknaanya bergeser dari sekadar berkumpul menjadi aktivitas konsumsi. Melalui partisipasi dalam tren dan konsumsi nilai-nilai yang ada, mahasiswa tidak hanya memenuhi kebutuhan sosial, tetapi juga membentuk gaya hidup yang mencerminkan identitas mereka sebagai anak muda di era modern. Nongkrong tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi, tetapi juga sebagai tren yang mencerminkan eksistensi diri, terutama melalui media sosial. Mahasiswa cenderung memilih *coffee shop* dan kafe sebagai tempat nongkrong, dengan membeli makanan dan minuman khususnya kopi. Selain konsumsi secara fisik, mahasiswa juga mengkonsumsi nilai-nilai seperti pengalaman, identitas, dan tren yang terkait dengan kegiatan nongkrong.

Kata Kunci: Budaya, Nongkrong, Malam Minggu, Eksistensi, Pola Konsumsi

ABSTRACT

The phenomenon of communal culture in Indonesia, particularly among young people, has given rise to habits of gathering and socializing. Saturday night, as a historically established recreational time, has become an important moment for many Indonesians to express themselves and engage in social interactions. One of these habits is hanging out which is considered significant for young people, especially students. Over time, the meaning of hangout has evolved in line with technological advancements and lifestyle changes. Therefore, this research aims to describe the consumption behavior of Gadjah Mada University students in constructing the culture of "nongkrong" on Saturday nights as an indicator of their existence, using a descriptive qualitative approach. Through the consumption society theory of Jean Baudrillard and consumer culture of Mike Featherstone, this study concludes that the culture of hangout on Saturday nights serves as a necessity for recognition of the existence of Gadjah Mada University students, where the behavior of hangout on Saturday nights is different from hangout on other days where the meaning shifts from just gathering to consumption activities. By participating in trends and consuming existing values, students not only fulfill social needs but also shape a lifestyle that reflects their identity as young people in the modern era. Hangout functions not only as a recreational activity but also as a trend that reflects self-existence, especially through social media. Students tend to choose coffee shops and cafes as their gathering places, purchasing food and drinks, particularly coffee. In addition to physical consumption, students also consume values such as experiences, identity, and trends associated with the activity of hangout.

Keyword: Culture, Hangout, Saturday Night, Existence, Consumption Pattern