

**PENGARUH INTENSITAS KEBIASAAN NONGKRONG
TERHADAP PEMBENTUKAN PERILAKU SOCIAL CLIMBER
(STUDI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PANCA MARGA PROBOLINGGO)**

Husni Mubaroq ¹⁾, Riza Aisyah ²⁾

¹⁾ Universitas Panca Marga Probolinggo – Indonesia, husnimubaroq139@gmail.com

²⁾ Universitas Panca Marga Probolinggo – Indonesia, rizaaisyah42@gmail.com

ABSTRACT

The culture of hanging out is currently entertaining among students. The existence of this culture affects the student's lifestyle which encourages the emergence of social climber behavior. The purpose of this study was to determine the effect of hanging out intensity on the formation of social climber behavior. This research was conducted within the scope of Panca Marga University, with a population of all students of Panca Marga University Probolinggo who will be the subject of the sample in the study with a total of 100 students from all faculties at Panca Marga University. This research is in the form of observational and survey research by observing the Intensity of Hanging Out on Social Climber Behavior and using a quantitative approach using explanatory research methods. The data analysis technique in this research is using SPSS 22 software for Windows using simple linear regression analysis. The result of this study is that the intensity of hanging out has a significant effect on the formation of social climber behavior in Panca Marga University students. The higher the intensity of hanging out, the greater the effect on the formation of social climber behavior. In this research, it was also found that the influence of the intensity of hanging out on the formation of social climber behavior is the behavior of updating status by uploading photos of food or drinks by displaying a cafe brand that is quite well known by many Panca Marga University students.

Keywords: *Intensity, Hanging Out Habit, Social Climber*

ABSTRAK

Budaya nongkrong saat ini tengah menjamur di kalangan mahasiswa. Adanya budaya ini berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa yang mendorong munculnya perilaku *social climber*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh intensitas nongkrong terhadap pembentukan perilaku *social climber*. Penelitian ini dilakukan di lingkup Universitas Panca Marga, dengan populasi seluruh mahasiswa Universitas Panca Marga Probolinggo. Subyek sampel dalam penelitian berjumlah 100 mahasiswa dari semua Fakultas di Universitas Panca Marga. Riset ini berupa penelitian observasi dan survei dengan mengobservasi intensitas nongkrong serta menggunakan pendekatan kuantitatif menggunakan metode *eksplanatory research*. Teknik analisis data pada riset ini dengan menggunakan *software SPSS 22 for Windows* menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa intensitas nongkrong berpengaruh signifikan terhadap pembentukan perilaku *social climber* pada mahasiswa Universitas Panca Marga. Semakin tinggi intensitas nongkrong maka akan semakin besar berpengaruh dalam pembentukan perilaku *social climber*. Di dalam riset ini juga ditemukan bahwa pengaruh dari intensitas nongkrong terhadap pembentukan perilaku *social climber* adalah perilaku *update* status dengan mengunggah foto makanan atau minuman dengan menampilkan *brand* kafe yang cukup terkenal. Perilaku tersebut banyak dilakukan oleh mahasiswa Universitas Panca Marga.

Kata Kunci: *Intensitas, Kebiasaan Nongkrong, Social Climber*

PENDAHULUAN

Fenomena generasi milenial yang sering berkumpul pada tempat-tempat favorit adalah hal yang lumrah terjadi di lingkungan masyarakat. Mereka berkumpul di suatu area dan menjadikan lokasi tadi sebagai *basecamp*. Salah satu *trend* yang saat ini sedang populer adalah budaya nongkrong. Budaya nongkrong di Indonesia sebenarnya telah ada semenjak zaman dahulu hingga saat ini serta mengalami beberapa perkembangan seiring dengan perubahan zaman. Zaman dahulu, nongkrong umumnya hanya dilakukan di warung kopi kecil dan kegiatannya juga sederhana. Sarana-prasarananya pun hanya ada secangkir kopi untuk dinikmati dan begitu juga dengan kegiatannya hanya sekedar berbincang dengan teman. Namun saat ini, aktivitas nongkrong banyak peminat lebih tertuju pada cafe atau *coffe shop* dengan fasilitas yang lebih memadai dan kegiatannya juga mulai berkembang bukan hanya sekedar berbincang dengan teman.

Berbicara mengenai budaya nongkrong tentu semua orang pernah melakukan aktivitas ini, tak terkecuali yang seringkali melakukan kegiatan ini adalah mahasiswa. Budaya nongkrong yang ada di Indonesia merupakan salah satu gambaran budaya. Keberagaman ini diartikan sebagai sebuah kegiatan yang telah menjadi kebiasaan. Sampai saat ini budaya nongkrong masih eksis dan lebih berkembang dalam lingkungan masyarakat di saat mengisi waktu luang. Kegiatan nongkrong bukan hanya sebagai budaya yang menjamur di kalangan masyarakat tetapi juga menjadikan nongkrong sebagai sebuah gaya hidup yang dilakukan oleh masyarakat khususnya mahasiswa sebagai generasi milenial.

Mahasiswa sebagai *agent of change* (Suroto, 2016), dalam menentukan tempat nongkrong bisa dilihat dari ukuran keuangan mereka masing-masing. Sarana aktualisasi mahasiswa saat ini adalah budaya nongkrong baik itu di kafe maupun di emperan. Adanya budaya nongkrong pada kalangan mahasiswa tentu mengalami perubahan gaya hidup dengan adanya perubahan revolusi globalisasi. Metamorfosis gaya hidup yang tampak pada diri mahasiswa yaitu adanya ambisi agar penampilan dan gaya tingkah laku bisa memikat perhatian orang lain, khususnya teman sebaya dikarenakan mahasiswa ingin memperoleh pengakuan eksistensi diri di lingkungan sekitarnya (Monks *et al.*, 1998). Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Amstrong (2002) yang menyatakan bahwa gaya hidup seseorang salah satunya dipengaruhi oleh kelompok referensi yang merupakan sekumpulan orang yang berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung mengenai perilaku dan sikap seseorang.

Universitas Panca Marga merupakan kampus yang banyak diminati oleh para pelajar, di mana kebanyakan mahasiswa yang menuntut ilmu di sini sebagian besar adalah mahasiswa urbanisasi. Makna budaya nongkrong memberikan spekulasi tersendiri terhadap mahasiswa di

Universitas Panca Marga. Bentuk mengekspresikan diri mahasiswa saat berkunjung ke kafe atau kedai kopi maupun emperan berbagai macam, salah satunya dengan berbagi foto di berbagai media sosial melalui unggahan *update story* mereka sehingga banyak orang yang mengetahui aktivitas mereka selama di tempat nongkrong. Media sosial saat ini juga menjadi kebutuhan bagi kalangan mahasiswa. Instagram adalah salah satu media sosial yang mengalami *trend* popularitas di kalangan mahasiswa. Fitur yang disediakan seringkali digunakan oleh mahasiswa untuk memamerkan aktivitas yang sedang dilakukan, termasuk saat nongkrong. Keberadaan budaya nongkrong di kalangan mahasiswa Universitas Panca Marga berdampak pada pola kehidupan mahasiswa, terpenting tentang perubahan gaya fashion, pola konsumtif, bentuk interaksi dalam pembentukan karakteristik seseorang yang dipengaruhi oleh budaya nongkrong. Di lingkungan mahasiswa sudah menjadi hal yang umum untuk menjadikan nongkrong sebagai sebuah kebiasaan yang sudah menjadi budaya yang populer di tengah aktivitasnya. Nongkrong yang menjadi budaya pada mahasiswa Universitas Panca Marga tidak luput dengan gaya hidup mahasiswa.

Saat ini gaya hidup telah mengalami perubahan dan perkembangan. Awalnya dilakukan karena iseng, namun lama-kelamaan menjadi sebuah rutinitas yang wajib diagendakan. Tidak hanya saat berada dalam ruang lingkup kampus, sore hingga malam banyak mahasiswa yang menghabiskan waktunya hanya untuk nongkrong tanpa mempedulikan kegiatan lain. Permasalahan modernisasi saat ini berkaitan dengan perubahan gaya hidup. Di sebagian mahasiswa gaya hidup merupakan prioritas utama dari aktivitasnya yang menjadikan urusan penampilan dan eksistensi sebagai suatu bentuk kewajiban yang harus dilakukan. Tidak sedikit kepribadian masyarakat khususnya para mahasiswa yang mempunyai ketertarikan dalam hal pola hidup dengan memamerkan kemewahan karena dengan demikian mereka akan lebih cepat diterima dengan lingkungannya, baik dalam segi berpenampilan, berperilaku, maupun dalam menempatkan diri pada lingkungannya itu sendiri (Adlin, 2006).

Berangkat dari penjabaran latar belakang yang telah diuraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dan berupaya mengkaji *social climber* yang tengah menjadi fenomena yang menggejala di kalangan mahasiswa. Untuk itu peneliti melakukan penelitian yang dituangkan dalam bentuk tulisan dengan judul “Pengaruh Intensitas Kebiasaan Nongkrong terhadap Pembentukan Perilaku *Social Climber*”, karena melihat kondisi saat ini mahasiswa lebih mengutamakan penampilan dan popularitasnya dibandingkan dengan tujuan kegiatan yang lainnya seperti menimba ilmu dan meningkatkan *skill*-nya di perguruan tinggi (Anwar, 2014). Namun, kondisi di lapangan banyak mahasiswa Universitas Panca Marga menghabiskan waktunya hanya untuk nongkrong dan memanfaatkan media sosial tidak semestinya seperti membuka Instagram

untuk memposting foto atau video yang memamerkan gaya hidup mewah ketika sedang nongkrong di cafe, liburan, foto menggunakan barang *branded* yang mereka kenakan untuk memicu perhatian orang lain. Menampilkan gaya hidup mewah memunculkan perilaku *social climber* di kalangan mahasiswa Universitas Panca Marga. Mahasiswa tidak memikirkan hal lain jika sudah masuk ke dalam lingkaran perilaku *social climber*. Mereka hanya memikirkan bagaimana cara untuk bisa sepadan atau lebih tinggi dari teman-teman yang lain untuk meningkatkan popularitasnya, terutama di media sosialnya. Tidak sedikit mahasiswa yang memiliki perilaku *social climber* dan mencolok tidak sesuai dengan kantong. Satu fenomena yang sangat memperhatikan ialah di lingkungan mahasiswa yang memiliki tingkat konsumtif tinggi dan menjadi *social climber* dengan menampilkan gaya yang mewah namun berasal dari latar belakang keluarga yang ekonominya rendah. Melihat fenomena di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan: apakah terdapat pengaruh intensitas kebiasaan nongkrong terhadap pembentukan perilaku *social climber* pada mahasiswa Universitas Panca Marga.

Gaya Hidup dan Fenomena Social Climber

Budaya nongkrong merupakan bentuk ragam budaya yang ada di Indonesia. Keberagaman bentuk budaya tersebut dilihat sebagai sikap, cara hidup, dan nilai-nilai dalam suatu kelompok tertentu. Ini dipahami pula sebagai pola aktivitas tertentu yang sudah menjadi kebiasaan, yaitu nongkrong. Meskipun kehadirannya dipandang sebelah mata, budaya nongkrong tetap eksis menjadi bentuk ekspresi keberagaman masyarakat di kala mengisi kekosongan waktu seperti berkumpul, berbincang, dan bahkan sambil menikmati hidangan tertentu. Di satu sisi, tendensi budaya nongkrong yang terlihat seperti budaya pemalas dan tidak berguna, memiliki potensi besar untuk mengurangi stres. Lebih lanjut, budaya nongkrong juga berperan dalam meningkatkan kreativitas dalam berpikir dan berkarya. Kreativitas ini kemudian dituangkan dalam berbisnis dan usaha. Misalkan saja, banyaknya kafe atau kedai kopi sekarang menjadi wadah dalam memfasilitasi budaya nongkrong anak-anak muda. Tidak hanya itu, tersebarnya warung kopi pun menjadi tempat nongkrong yang murah lagi merakyat. Budaya nongkrong dapat dipahami tersendiri bagi setiap pelakunya. Ada yang menyebutkan nongkrong sebagai media penghibur diri dan berekspresi, ada pula sebagai sarana bersosialisasi. Meskipun anggapan negatif muncul berkenaan dengan aktivitas tersebut seperti tidak produktifnya waktu, tanpa tujuan dan maksud yang jelas. Namun budaya nongkrong menjadi aktivitas yang dinamis dan memiliki makna serta pesan tersendiri bagi para pelakunya.

Globalisasi yang semakin meningkat dan meluas mempengaruhi seluruh sektor di dunia. Mahasiswa secara langsung terekspos pada persaingan global. Kualitas diri sekarang diunggulkan agar dapat bertahan di tengah-tengah persaingan tersebut. Tak hanya pada persaingan pendidikan dan persiapan kerja tetapi juga dalam hal gaya hidup. Mahasiswa dengan tingkat pendidikannya yang paling tinggi diwajibkan untuk memiliki moral yang baik pula. Tingkat intelektual seorang mahasiswa akan disejajarkan dengan tingkat moralitasnya. Untuk itu mahasiswa harus bisa beradaptasi dengan perubahan lingkungan sekitarnya. Selain itu, mahasiswa seharusnya juga melakukan kegiatan yang positif seperti membaca, melakukan penelitian, berdiskusi dan bergabung dengan organisasi-organisasi yang ada di kampus (Budiman dalam Sari, 2015). Namun, pada kenyataannya mahasiswa banyak menghabiskan waktu untuk mengakses media sosial seperti Instagram dengan memposting foto maupun video yang menampilkan gaya hidup yang mewah (Bakti *et al.*, 2019) seperti ketika sedang nongkrong di kafe, liburan, dan foto dengan mengenakan barang-barang *branded* untuk mencari perhatian orang lain.

Menurut seorang ahli psikologi, Alfred Adler (1992), gaya hidup adalah sekumpulan perilaku yang mempunyai arti bagi individu maupun orang lain pada suatu saat di suatu tempat, termasuk di dalam hubungan sosial, konsumsi barang, *entertainment*, dan berbusana. Perilaku-perilaku yang nampak di dalam gaya hidup merupakan campuran dari kebiasaan, cara-cara yang disepakati bersama dalam melakukan sesuatu, dan perilaku yang berencana. Gaya hidup menunjukkan bagaimana seseorang hidup melalui cara membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup terbentuk dari kebiasaan atau cara-cara yang direncanakan dengan menjadikan sebagai pola hidup yang diukur melalui cara memanfaatkan waktu dan apa yang individu anggap penting bagi dirinya dalam kehidupan sehari-hari tentang dunia luar sebagai tempat interaksi. Gaya hidup terus mengalami perkembangan seiring berjalannya waktu dan bagaimana seseorang dapat beradaptasi dengan perkembangan globalisasi untuk menyesuaikan gaya hidup mereka dengan kondisi yang terjadi.

Social climber adalah gaya hidup yang tidak sesuai dengan kantong. Teori dari Wood (2006) yakni *social climber* atau perilaku yang diusahakan untuk mendapatkan posisi yang lebih kuat dalam baik secara individual maupun di dalam kelompok. Pemikiran dan perilaku mereka terbentuk karena setiap orang memiliki motif untuk berada pada lingkungan sosial tertentu, dan muncul suatu kebutuhan yang harus dipenuhi untuk mendapatkan dan mempertahankan hubungan dengan orang lain dan lingkungan sosialnya. Hal yang sama diungkapkan dalam teori yang dikemukakan oleh Armstrong (2002) bahwa gaya hidup seseorang salah satunya dipengaruhi oleh

kelompok referensi yang merupakan sekumpulan orang yang berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung mengenai perilaku dan sikap seseorang yang membentuk perilaku *social climber*. *Social climber* saat ini menjadi fenomena yang sangat populer di kalangan mahasiswa. Banyak mahasiswa yang berusaha meningkatkan popularitasnya dengan berperilaku *social climber*. Respon yang diberikan mahasiswa ketika mendapat perhatian dari orang lain di dunia maya atau dunia nyata mengakibatkan mahasiswa cenderung untuk mengulang-ulangi kegiatan mengunggah konten yang menampilkan citra diri positif dan terlihat mewah walaupun berasal dari latar belakang keluarga yang kurang mampu.

METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan bagaimana alur riset yang dilakukan selama memperoleh data. Penelitian ini dilakukan di lingkup Universitas Panca Marga, dengan populasi seluruh mahasiswa Universitas Panca Marga Probolinggo di mana yang akan dijadikan subyek sampel dalam penelitian dengan jumlah 100 mahasiswa dari semua Fakultas di Universitas Panca Marga. Peneliti menggunakan teknik acak yang memberikan kuesioner kepada mahasiswa yang sering melakukan kegiatan nongkrong. Riset ini berupa penelitian observasi dan survei dengan mengobservasi intensitas budaya nongkrong terhadap perilaku *social climber* serta memakai pendekatan kuantitatif menggunakan metode *eksplanatory research*. Menurut Husein (2004: 5) jenis penelitian menggunakan *eksplanatory* yaitu metode penelitian untuk meneliti ada tidaknya pola hubungan antara dua variabel atau lebih dengan menjelaskan hubungan dan pengaruh intensitas budaya nongkrong terhadap perilaku *social climber* pada mahasiswa Universitas Panca Marga. Jenis penelitian *eksplanatory* ini juga digunakan untuk menguji dua variabel bebas dan terikat. Sebagai bahan analisis dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari hasil penelitian yang dilakukan pada lingkungan terkait. Data tersebut berupa jawaban responden atas pertanyaan melalui kuesioner terkait variabel yang diteliti.

Unit analisis dalam riset ini adalah intensitas budaya nongkrong dan unit eksplanasinya adalah perilaku *social climber*. Teknik analisis data pada riset ini dengan menggunakan *software SPSS 22 for Windows* menggunakan analisis regresi linear sederhana. Adapun uji instrumen penelitian dalam pengumpulan data dengan uji validitas dan realibilitas data karena kuesioner yang baik harus memenuhi dua kriteria tersebut yang kemudian dilanjutkan dengan uji *Pearson Product-Moment Correlation Coefficient* dan uji normalitas data. Kemudian yang terakhir adalah uji T untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel X (intensitas nongkrong) terhadap variabel Y (perilaku *social climber*). Penelitian ini menggunakan dua variabel di mana

setiap variabel memiliki indikator. Angket variabel X dan Y diterjemahkan dalam bentuk pertanyaan. Pertanyaan berisi kebiasaan nongkrong dan perilaku konsumtif yang mendorong mahasiswa untuk berperilaku *social climber*. Setiap butir pertanyaan diberikan lima pilihan jawaban, yaitu tidak pernah sama sekali, tidak pernah, kadang-kadang, sering, dan selalu melakukan. Proses analisis dilakukan melalui tahap di atas dan data disajikan dalam bentuk tabel SPSS yang kemudian dideskripsikan oleh penulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terkait dengan data-data yang telah dihasilkan melalui kuesioner dapat dilihat dari beberapa jawaban mahasiswa Universitas Panca Marga yang memaparkan dari intensitas nongkrong dan perilaku *social climber*. Paparan data menginformasikan perihal frekuensi nongkrong, tujuan nongkrong, gaya hidup konsumtif, dan keinginan untuk meningkatkan status sosial. Biasanya *social climber* didominasi oleh kaum wanita yang mempunyai kepribadian gaya hidup hedonisme (Rachel & Rangky, 2020). Sebab kita ketahui bahwa kaum wanita lebih dan sangat getol mengoleksi barang-barang *branded*. Bukan berarti kaum laki-laki tidak ada yang berperilaku demikian. Namun sebagian besar yang terjerumus dalam perilaku *social climber* adalah wanita. Tingkat intensitas gaya hidup biasanya dipengaruhi oleh teman sebaya yang menjadi teman baiknya. Untuk meningkatkan status sosialnya banyak mahasiswa melakukan berbagai cara agar terlihat lebih mewah dan lebih populer di kalangan teman sebayanya. Hal ini juga didukung dengan teori yang dikemukakan oleh Hurlock (1980) yang menyatakan bahwa pengaruh yang diberikan teman sebaya pada sikap, cara berkomunikasi, minat, penampilan, dan perilaku remaja begitu besar karena remaja lebih banyak menghabiskan waktu bersama dengan teman sebaya dibandingkan dengan keluarga.

Hasil dari riset ini dijabarkan sebagai berikut. Pada penelitian ini instrumen kuesioner yang telah disebarkan, telah diperoleh nilai r -hitung lebih besar dari r -tabel yaitu 0,195 (Tabel Harga r *Product Moment*) dan nilai signifikan adalah 0,000 lebih kecil dari *level of significant* 5% atau 0,005 sehingga masing-masing item dari setiap variabel X dan Y dinyatakan valid sebagai alat ukur. Uji reliabilitas yang dilakukan untuk menunjukkan keandalan sebuah instrumen kuesioner dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Di mana hasilnya menunjukkan bahwa variabel intensitas nongkrong (X) memiliki koefisien α (*alpha*) sebesar 0,682; dan variabel perilaku *social climber* (Y) memiliki koefisien α (*alpha*) sebesar 0,801. Koefisien α (*alpha*) dari

semua variabel tersebut adalah lebih besar dari 0,33 sebagai koefisien minimum sehingga item-item variabel tersebut dinyatakan reliabel dan dapat dijadikan alat pengumpul data penelitian.

Langkah berikutnya adalah perhitungan korelasi *product moment* yang berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel yang lain (Riduwan, 2013). Perhitungan korelasi *Pearson* atau korelasi *Product Moment* berdasarkan *software* tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Data-Data Korelasi *Product Moment*

		INTENSITAS KEBIASAAN NONGKRONG	PERILAKU <i>SOCIAL CLIMBER</i>
INTENSITAS KEBIASAAN NONGKRONG	<i>Pearson Correlation</i>	1	,769**
	<i>Sig. (2-tailed)</i>		,000
	<i>N</i>	100	100
PERILAKU <i>SOCIAL CLIMBER</i>	<i>Pearson Correlation</i>	,769**	1
	<i>Sig. (2-tailed)</i>	,000	
	<i>N</i>	100	100

Dari tabel di atas didapat:

1. Diketahui nilai sig sebesar 0,000 (>0,05) maka H_0 diterima, dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan antara intensitas budaya nongkrong dengan pembentukan perilaku *social climber* pada mahasiswa atau dengan kata lain hubungan variabel tersebut tinggi/kuat.
2. Nilai *Pearson Correlations* bernilai positif sebesar 0,769 maka dapat disimpulkan arah hubungan kedua variabel adalah searah yang artinya jika intensitas nongkrong tinggi maka pembentukan perilaku *social climber* akan tinggi pula dan sebaliknya (Semakin tinggi intensitas nongkrong maka akan semakin besar berpengaruh dalam pembentukan perilaku *social climber*). Bahkan jika dilihat dari tabel kriteria menurut Arikunto (2010) artinya hubungan antara intensitas budaya nongkrong dengan pembentukan perilaku *social climber* adalah kuat.

Hal ini berkaitan dengan faktor lingkungan yang dapat mempengaruhi seseorang untuk bergaya hidup mewah di lingkungan sekitarnya seperti teman sepermainan, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan. Pada dasarnya, mahasiswa sangat senang untuk bergaul bersama teman sebaya dan membentuk kelompok pertemanan di mana mereka akan lebih bebas untuk mengekspresikan dirinya dibanding dengan orang lain. Faktor ini kemudian akan menjadi penting bagi timbulnya

gaya hidup mewah dalam diri seseorang karena kelompok ini memberikan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung dalam membentuk kepribadian seseorang. Hal ini sesuai dengan teori Wood yang mengatakan bahwa lingkungan menjadikan pelaku *social climber* berusaha untuk mendapatkan posisi yang lebih tinggi untuk mempertahankan atau menaikkan status sosialnya di lingkungan sekitar. Semakin sering mahasiswa nongkrong maka membentuk perilaku *social climber* akan lebih besar karena di dalam nongkrong mahasiswa akan menemukan berbagai karakteristik teman sebaya dengan perilaku, gaya hidup, dan latar belakang ekonomi keluarga yang berbeda-beda.

Langkah selanjutnya yaitu analisis regresi linier sederhana dengan *SPSS for Windows* diperoleh output hasil persamaan regresi linier sederhana *coefficients* berikut:

Tabel 2. Hasil Persamaan Regresi Linier Sederhana **Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,120	1,134		,987	,326
INTENSITAS NONGKRONG	1,890	,073	,934	25,889	,000

Selain menggambarkan persamaan regresi output ini juga menampilkan uji signifikansi dengan uji t yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel X (intensitas nongkrong) terhadap variabel Y (perilaku *social climber*). Pada tabel *output* hasil persamaan regresi linier sederhana *coefficients* di atas diketahui bahwa diperoleh koefisien signifikansi pada variabel intensitas nongkrong sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dengan $\beta = 0,934$ (atau 93.4%). Hal tersebut menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas nongkrong dengan perilaku *social climber* pada mahasiswa Universitas Panca Marga.

Di dalam riset ini juga ditemukan bahwa pengaruh dari intensitas nongkrong terhadap pembentukan perilaku *social climber* adalah perilaku meng-*update* status dengan mengunggah foto makanan atau minuman dengan menampilkan *brand* kafe yang cukup terkenal banyak dilakukan oleh mahasiswa Universitas Panca Marga. Dengan mengunggah foto *brand* tersebut mereka seperti ingin memberitahukan kepada orang banyak bahwa mereka sedang berada di sebuah *trend* yang sedang *happening* yaitu *nongkrong* di kafe. Hal ini seringkali terjadi didominasi oleh kaum wanita yang mempunyai kepribadian gaya hidup konsumerisme dan hedonisme. Mahasiswa perempuan

lebih memperhatikan penampilan dibandingkan dengan mahasiswa laki-laki hal ini dapat kita lihat mahasiswa perempuan lebih sering berbelanja kebutuhan fashion dengan merk *branded*. Bahkan jika sedang berada di tempat mewah atau sedang berkunjung di sebuah tempat yang mereka anggap mewah dengan interior menarik, mereka akan berfoto ria dan membagikannya di media sosial mereka seakan-akan mereka memberitahukan kepada seluruh *netizennya* bahwa sedang berada pada tempat yang belum pernah mereka kunjungi, misalnya saja kafe yang kekinian dengan harga yang cukup fantastik dan interior yang menarik.

Selain itu mahasiswa juga ingin memperoleh popularitas yang tinggi. Alasan mahasiswa lebih memilih perilaku *social climber* yakni meniru apa yang dilakukan oleh teman sebaya agar lebih dikenal orang sehingga dapat mempertahankan popularitasnya. Kemudian pula motif lain adalah ingin dianggap orang kaya untuk mendapatkan pengakuan status sosial yang lebih tinggi. Dalam hal ini pelaku *social climber* khususnya pada mahasiswa Universitas Panca Marga menyampaikan pesan melalui media sosial seperti akun Instagram, *Facebook*, Twitter, Path, Line, dan lain-lain yang dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan popularitasnya melalui makan atau sekedar nongkrong di cafe atau restoran yang sedang mereka lakukan agar diketahui oleh orang lain. Masing-masing individu tentu memiliki watak yang bermacam-macam. Ada yang menerima dirinya sesuai keadaan yang sederhana, ada pula yang tidak menerima kenyataan dan memaksakan diri karena memiliki rasa malu yang sangat tinggi untuk bersanding dengan teman-temannya yang memiliki kehidupan yang serba mewah. Pengakuan setiap individu dalam status sosialnya memang diperlukan dalam situasi yang serba-serbi hari ini. Tanpa mempunyai pengakuan status sosial yang tinggi pasti dengan sukar mereka akan diterima pada segala perspektif lini masyarakat, dan hal ini yang dapat mendorong individu menjadi pelaku *social climber* dan berpengaruh besar terhadap munculnya *social climber* pada mahasiswa. Sebenarnya tidak salah jika mahasiswa lebih memilih berperilaku *social climber*, namun yang menjadi masalah adalah mahasiswa yang memaksakan dirinya untuk bergaya hidup mewah.

Hal ini didukung oleh Baudrillard. Kultur modern saat ini memasuki era konsumerisme atau konsumsi yang bersumber dan dihasilkan melalui dunia Barat (Ashcroft *et al.*, 2000: 296). Tahun 1970-an, Baudrillard memperlihatkan bahwa kita (masyarakat) tidak lagi hidup berdasarkan pada pertukaran barang dengan nilai-guna, melainkan pada komoditas sebagai nilai-tanda dan simbol yang penggunaannya bersifat sewenang-wenang (Bakti *et al.*, 2019). Menurutnya, dalam masyarakat konsumtif, orang-orang mudah memperoleh kenikmatan atau kesenangan dengan cara membeli atau mengonsumsi sistem tanda yang dimiliki bersama (*a share system of signs*) (Putranto, 2005: 242). Dalam konteks ini, melihat maraknya kebiasaan *nongkrong* di kalangan mahasiswa

memunculkan fenomena yang menarik perhatian dunia mahasiswa yaitu fenomena konsumerisme yang mendorong adanya perilaku *social climber*. Mereka yang berprinsip terhadap perilaku ini dengan apa yang mereka gunakan, kenakan, dan kunjungi maka mereka akan melakukan pembuktian diri yang eksis terhadap gaya hidup mereka melalui *update* status di media sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa intensitas nongkrong berpengaruh signifikan terhadap pembentukan perilaku *social climber* pada mahasiswa Universitas Panca Marga. Semakin tinggi intensitas nongkrong maka akan semakin besar berpengaruh dalam pembentukan perilaku *social climber*. Di dalam riset ini juga ditemukan bahwa pengaruh dari intensitas nongkrong terhadap pembentukan perilaku *social climber* adalah perilaku meng-*update* status dengan mengunggah foto makanan atau minuman dengan menampilkan *brand* kafe yang cukup terkenal. Kebanyakan mahasiswa yang terjerumus dalam lingkaran perilaku *social climber* adalah mahasiswa perempuan, karena mahasiswa perempuan lebih mengutamakan penampilan. Oleh karena itu dapat disarankan bagi penelitian selanjutnya untuk lebih memperhatikan intensitas nongkrong yang mungkin saja memiliki pembentukan perilaku yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlin, A. (Ed.). (2006). *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Jalasutra.
- Anwar, S. (2014). *Agen Perubahan (Agent of Change)* Oleh: Syaiful Anwar / Widyaiswara Utama. *Analisis Kebijakan Publik*. <https://doi.org/10.1353/elh.2004.0014>
- Arikunto, S. (2010). *Metode Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ashcroft, B., Griffiths, G., & Tiffin, H. (2000) Post-Modernism. Dalam Rapport, N. & Overing, J. (eds). *Social and Cultural Anthropology: The Key Concepts*. 294-303. London & New York: Roudlegde
- Bakti, I. S., Nirzalin, & Alwi (2019). Konsumerisme Menurut Perspektif Jean Baudrillard. *Jurnal Sosiologi USK*, 13(2), 146–165.
- Bakti, I. S., Anismar, & Amin, K. (2020). Pamer Kemewahan: Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen. *Jurnal Sosiologi USK*, 14(1), 81-98.
- Febriandhira, N. C., & Purnama, H. (2017). Representasi Social Climber (Analisis Wacana Kritis Teun A. Van Dijk dalam Lirik Lagu Panjat Sosial Karya Roy Ricardo). *eProceedings of Management*, 4(3).
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.

- Husein, U. (2004). *Metode Riset Ilmu Administrasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ketrin, K., & Naan, N. (2019). Social Climber dalam Perspektif Psikologi Barat dan Tasawuf pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UIN Sunan Gunung Djati Bandung. *Syifa Al-Qulub*, 3(2), 130-141.
- Kompasiana.com. (2021, Oktober 21). *Perilaku Social Climber*. <https://www.kompasiana.com/supriyantorefra/617f668306310e3dfb0ef992/perilaku-social-climber>
- Lestari, W. R. (2017). Para Pencari Status (Studi tentang Perilaku Social Climber di Kalangan Mahasiswi di Jember) (*Skripsi*, Universitas Negeri Jember).
- Monks, F. J., Knoers, A. M. P., & Hadinoto, S. R. (2014). *Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Noorfianna, M. (2020). Fenomena Panjat Sosial (Social Climber) pada Masyarakat Lapisan Bawah (Studi Fenomenologi pada Masyarakat Digital di Kota Malang) (*Skripsi*, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Permatasari, D., Susilowati, E., & Sriyanto, A. (2017). Fenomena Sosial Climber di Kalangan Mahasiswa (Studi Fenomenologi pada Mahasiswa di Surakarta) (*Skripsi*, IAIN Surakarta).
- Putranto, H. (2005). 'Analisis Budaya dari Pascamodernisme dan Pascamodernitas' dalam Sutrisno, M. & Putranto, H. (eds). *Teori-Teori Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius, 229-256
- Rachel, R., & Rangkutry, R. P. (2020). Konsumerisme dan Gaya Hidup Perempuan di Ruang Sosial: Analisis Budaya Pembedaan Diri di Lingkungan FISIP Unimal. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Malikussaleh (JSPM)*, 1(1), 97-113.
- Pasundanekspres.co (2019, November 14). Budaya Social Climber di Kalangan Mahasiswa. *Pasundan Ekspres*. <https://www.pasundanekspres.co/opini/budaya-social-climber-di-kalangan-mahasiswa/>
- Riduwan (2013). *Dasar-Dasar Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Suroto, S. (2016). Dinamika kegiatan Organisasi Kemahasiswaan Berbasis Kearifan Lokal dalam upaya Memperkuat Karakter Unggul Generasi Muda. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan*, 6(2), 1040-1046.
- Wood, J. T. (2006). *Communication Mosaics: An Introduction to the Communication*. USA: Thomson Wadsworth.