
PEREMPUAN DAN KAFE SEBAGAI REPRESENTASI GAYA HIDUP PEREMPUAN DI KOTA TERNATE

Yahya Alhaddad

Universitas Muhammadiyah Maluku Utara

yalhaddad185@gmail.com

Diserahkan tanggal 11 Maret 2025 | Diterima tanggal 11 Maret 2025 | Diterbitkan tanggal 30 Maret 2025

Abstract:

Modernization and the development of information technology have brought changes in urban lifestyle patterns, including in how individuals express their lifestyles. One emerging phenomenon is the increase in community activity in cafes as new social spaces. This study aims to determine how women's activities in cafes become part of women's lifestyles in Ternate City. This study uses a descriptive qualitative approach. Data collection techniques were carried out through observation, interviews, and documentation, with female cafe visitors in Ternate City as research subjects. The data obtained were then analyzed through the stages of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results show that women's activities in cafes are not only related to enjoying food and drinks, but also a means to socialize, chat, work, and spend leisure time with friends, partners, or colleagues. Cafes also become spaces that provide social and emotional experiences for women through a comfortable atmosphere, attractive interior design, and facilities such as internet access. Furthermore, social media plays a significant role in shaping women's preferences for cafes, as many visitors learn about cafes through posts on digital platforms such as Instagram and Facebook. The activity of documenting cafe visits then becomes part of the practice of self-representation in the digital space. Based on the consumer society perspective put forward by Jean Baudrillard, this phenomenon demonstrates that cafes not only function as functional consumption venues but also possess symbolic value related to social identity and modern lifestyles. Thus, cafes can be understood as social spaces that represent the lifestyles of modern women in Ternate City.

Keywords: *Women, Cafe, Lifestyle, Ternate City*

Abstrak :

Modernisasi dan perkembangan teknologi informasi telah membawa perubahan dalam pola kehidupan masyarakat perkotaan, termasuk dalam cara individu mengekspresikan gaya hidupnya. Salah satu fenomena yang muncul adalah meningkatnya aktivitas masyarakat di kafe sebagai ruang sosial baru. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana aktivitas perempuan di kafe menjadi bagian dari gaya hidup perempuan di Kota Ternate. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, dengan subjek penelitian perempuan pengunjung kafe di Kota Ternate. Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas perempuan di kafe tidak hanya berkaitan dengan kegiatan menikmati makanan dan minuman, tetapi juga menjadi sarana untuk bersosialisasi, berbincang, bekerja, serta menghabiskan waktu luang bersama teman, pasangan, atau rekan kerja. Kafe juga menjadi ruang yang memberikan pengalaman sosial dan emosional bagi perempuan melalui suasana

yang nyaman, desain interior yang menarik, serta fasilitas seperti jaringan internet. Selain itu, media sosial memiliki peran penting dalam membentuk preferensi perempuan terhadap kafe, karena banyak pengunjung mengetahui keberadaan kafe melalui unggahan di platform digital seperti Instagram dan Facebook. Aktivitas mendokumentasikan kunjungan di kafe kemudian menjadi bagian dari praktik representasi diri di ruang digital. Berdasarkan perspektif masyarakat konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard, fenomena ini menunjukkan bahwa kafe tidak hanya berfungsi sebagai tempat konsumsi secara fungsional, tetapi juga memiliki nilai simbolik yang berkaitan dengan identitas sosial dan gaya hidup modern. Dengan demikian, kafe dapat dipahami sebagai ruang sosial yang merepresentasikan gaya hidup perempuan modern di Kota Ternate.

Kata Kunci: Perempuan, Kafe, Gaya Hidup, Kota Ternate

Copyright © 2025, Author

This is an open-access article under the [CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



PENDAHULUAN

Modernisasi merupakan bagian penting dari proses perubahan sosial yang tidak dapat dihindari oleh setiap masyarakat. Perubahan tersebut terjadi seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, serta arus globalisasi yang semakin terbuka. Dalam konteks ini, masyarakat dituntut untuk mampu beradaptasi terhadap berbagai perubahan yang muncul sebagai konsekuensi dari modernisasi. Proses modernisasi pada hakikatnya merupakan suatu bentuk pembaharuan yang membawa transformasi dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam sistem nilai, pola interaksi sosial, serta gaya hidup (Soekanto, 2012).

Dalam masyarakat perkotaan, modernisasi sering kali memunculkan transformasi sosial yang melahirkan budaya baru dan secara perlahan menggeser nilai-nilai tradisional yang sebelumnya menjadi pedoman kehidupan masyarakat. Masyarakat kota cenderung mengadopsi nilai-nilai yang bersifat global, yang kemudian memengaruhi cara mereka mengekspresikan identitas sosialnya. Salah satu bentuk ekspresi tersebut dapat dilihat melalui gaya hidup yang ditampilkan dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup dalam masyarakat modern tidak hanya berkaitan dengan kebutuhan dasar, tetapi juga berkaitan dengan simbol status sosial, selera, serta identitas individu dalam ruang sosial (Chaney, 2004).

Pada abad ke-21, gaya hidup masyarakat semakin dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Kehadiran smartphone, media sosial, serta berbagai platform digital telah membuka akses informasi yang luas dan memengaruhi cara masyarakat membangun citra diri di ruang publik. Dalam masyarakat modern, gaya hidup sering kali ditunjukkan melalui berbagai simbol seperti pilihan pakaian, penggunaan teknologi, kendaraan, serta tempat-tempat yang menjadi lokasi interaksi sosial. Tempat-tempat seperti pusat

perbelanjaan, restoran, dan kafe menjadi ruang sosial baru yang merepresentasikan gaya hidup masyarakat perkotaan (Featherstone, 2007).

Fenomena tersebut juga terlihat dalam kehidupan masyarakat di Kota Ternate. Sebagai salah satu kota yang mengalami perkembangan ekonomi dan sosial yang cukup pesat di wilayah Maluku Utara, Ternate menunjukkan berbagai perubahan dalam pola kehidupan masyarakatnya. Munculnya berbagai fasilitas modern seperti pusat perbelanjaan, restoran, salon kecantikan, serta kafe telah menciptakan ruang sosial baru bagi masyarakat, khususnya kalangan perempuan. Kehadiran kafe dengan berbagai konsep dan variasi menu menjadikan tempat tersebut tidak hanya sebagai tempat menikmati makanan dan minuman, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial dan simbol gaya hidup modern.

Bagi sebagian perempuan di Kota Ternate, kafe tidak hanya berfungsi sebagai tempat berkumpul atau bersantai, tetapi juga menjadi sarana untuk mengekspresikan identitas diri dan eksistensi sosial. Aktivitas seperti berkumpul bersama teman, berbincang, bekerja, hingga mengabadikan momen melalui foto yang kemudian diunggah ke media sosial menjadi bagian dari praktik gaya hidup yang semakin populer. Kehadiran fasilitas seperti jaringan internet (Wi-Fi), suasana yang nyaman, serta desain interior yang menarik turut mendorong perempuan untuk menjadikan kafe sebagai ruang sosial yang penting dalam kehidupan sehari-hari.

Fenomena ini dapat dipahami melalui perspektif masyarakat konsumsi sebagaimana dijelaskan oleh Jean Baudrillard yang menyatakan bahwa konsumsi dalam masyarakat modern tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan, tetapi juga berkaitan dengan sistem tanda dan simbol yang digunakan individu untuk membangun identitas sosialnya (Baudrillard, 1998). Dalam konteks ini, aktivitas mengunjungi kafe tidak semata-mata untuk menikmati produk yang ditawarkan, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi sosial yang menunjukkan gaya hidup tertentu.

Dengan demikian, keberadaan kafe di Kota Ternate tidak hanya menciptakan ruang sosial baru, tetapi juga menjadi bagian dari representasi gaya hidup perempuan modern. Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih lanjut guna memahami bagaimana perempuan memaknai kafe sebagai ruang sosial serta bagaimana aktivitas tersebut merepresentasikan gaya hidup perempuan di Kota Ternate. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk mengkaji aktivitas perempuan di kafe yang selalu menjadi bagian dari gaya hidup perempuan di Kota Ternate.

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah perempuan pengunjung kafe di Kota Ternate. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis kualitatif melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memahami representasi gaya hidup perempuan di kafe.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. **Aktivitas Nongkrong Perempuan di Kafe sebagai Gaya Hidup**

Aktivitas perempuan di kafe sebagai bagian dari gaya hidup perempuan di Kota Ternate dapat dianalisis menggunakan Teori Masyarakat Konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Dalam pandangan Baudrillard, masyarakat modern tidak lagi mengonsumsi barang atau layanan hanya berdasarkan fungsi utamanya, tetapi lebih pada nilai simbolik, citra, dan makna sosial yang melekat pada objek tersebut. Konsumsi dalam masyarakat modern menjadi sarana untuk membangun identitas diri, memperoleh pengakuan sosial, serta mengekspresikan gaya hidup tertentu (Baudrillard, 1998; Ritzer & Jurgenson, 2010). Dalam konteks ini, keberadaan kafe tidak sekadar dipahami sebagai tempat makan dan minum, melainkan sebagai ruang simbolik yang memiliki makna sosial bagi para pengunjungnya, khususnya perempuan muda di Kota Ternate.

Berdasarkan temuan penelitian, perempuan sering mengunjungi kafe pada waktu sore hingga malam hari untuk berkumpul, berbincang, dan bersantai bersama teman-teman mereka. Fenomena ini dapat dipahami sebagai bentuk praktik konsumsi sosial sebagaimana dijelaskan oleh Baudrillard. Aktivitas nongkrong di kafe bukan lagi sekadar aktivitas mengonsumsi makanan atau minuman, tetapi juga merupakan bentuk konsumsi terhadap pengalaman sosial yang ditawarkan oleh ruang tersebut. Kafe menyediakan suasana santai, desain interior yang menarik, serta berbagai hiburan yang memberikan pengalaman berbeda dibandingkan ruang domestik seperti rumah atau ruang formal seperti tempat kerja. Dengan demikian, perempuan yang datang ke kafe sebenarnya sedang mengonsumsi suasana, simbol modernitas, dan pengalaman sosial yang melekat pada tempat tersebut.

Dalam kerangka masyarakat konsumsi, objek yang dikonsumsi tidak lagi dinilai berdasarkan nilai guna (use value), tetapi berdasarkan nilai tanda (sign value). Konsep ini menjelaskan bahwa suatu barang atau tempat memiliki makna tertentu yang menandakan status, selera, atau identitas sosial seseorang. Kafe dalam konteks ini menjadi simbol gaya hidup urban dan modern. Ketika perempuan menghabiskan waktu di kafe, mereka tidak hanya menikmati makanan atau minuman yang tersedia, tetapi juga berpartisipasi dalam simbolisasi gaya hidup tertentu yang dianggap lebih modern, santai, dan terbuka. Aktivitas nongkrong di kafe kemudian menjadi cara bagi perempuan untuk menunjukkan bahwa mereka merupakan bagian dari kelompok sosial yang mengikuti perkembangan gaya hidup perkotaan.

Selain itu, aktivitas berbincang-bincang dalam waktu yang cukup lama bersama teman, pacar, atau rekan kerja juga mencerminkan fungsi kafe sebagai ruang interaksi sosial. Dalam perspektif Baudrillard, konsumsi tidak hanya berkaitan dengan objek material, tetapi juga berkaitan dengan relasi sosial yang dibentuk melalui konsumsi tersebut. Kafe menjadi ruang yang memungkinkan perempuan membangun jaringan sosial, mempererat hubungan pertemanan, serta memperoleh pengalaman emosional yang menyenangkan. Oleh karena itu, waktu yang dihabiskan

di kafe menjadi bagian dari proses konsumsi simbolik yang memberikan kepuasan sosial dan psikologis bagi para pengunjungnya.

Fenomena meningkatnya kunjungan perempuan ke kafe juga tidak terlepas dari pengaruh perkembangan teknologi dan media sosial. Dalam masyarakat konsumsi modern, media memiliki peran penting dalam membentuk selera dan preferensi konsumsi masyarakat. Banyak perempuan mengetahui keberadaan kafe melalui unggahan teman-teman mereka di media sosial seperti Instagram atau Facebook. Foto-foto yang menampilkan suasana kafe yang menarik, dekorasi interior yang estetik, serta aktivitas nongkrong bersama teman menjadi stimulus yang mendorong orang lain untuk datang ke tempat tersebut. Dalam perspektif Baudrillard, fenomena ini dapat dipahami sebagai bagian dari simulasi dan reproduksi citra dalam masyarakat modern. Media sosial menciptakan representasi mengenai kafe sebagai ruang yang menarik dan menyenangkan, sehingga orang terdorong untuk mengunjungi tempat tersebut demi mengalami realitas yang serupa dengan apa yang mereka lihat di dunia digital.

Lebih jauh lagi, aktivitas mendokumentasikan kunjungan ke kafe melalui foto, status, atau check-in lokasi juga merupakan bentuk konsumsi simbolik. Dalam masyarakat konsumsi, individu tidak hanya mengonsumsi objek, tetapi juga memproduksi citra diri yang ingin ditampilkan kepada orang lain. Dengan mengunggah foto di kafe yang dianggap menarik atau “instagramable”, perempuan secara tidak langsung sedang menampilkan identitas sosial mereka kepada jaringan pertemanan di media sosial. Aktivitas ini menunjukkan bahwa pengalaman berada di kafe tidak hanya dinikmati secara langsung, tetapi juga menjadi bagian dari representasi diri di ruang digital. Dengan kata lain, konsumsi terhadap kafe tidak berhenti pada aktivitas fisik di tempat tersebut, tetapi berlanjut dalam bentuk pertukaran simbolik di media sosial.

Selain sebagai tempat bersosialisasi, kafe juga digunakan untuk berbagai aktivitas lain seperti mengerjakan tugas, berdiskusi, melakukan pertemuan, atau sekadar menikmati makanan dan minuman. Hal ini menunjukkan bahwa kafe telah berkembang menjadi ruang sosial yang fleksibel dan multifungsi. Dalam perspektif Baudrillard, keberagaman aktivitas ini memperkuat posisi kafe sebagai bagian dari sistem konsumsi yang lebih luas. Individu tidak lagi mengunjungi kafe hanya untuk memenuhi kebutuhan praktis, tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup yang berkaitan dengan hiburan, relaksasi, dan ekspresi diri. Dengan demikian, konsumsi terhadap kafe menjadi bagian dari pola kehidupan modern yang menekankan pengalaman, simbol, dan citra sosial.

Fenomena perempuan yang memilih jenis minuman tertentu seperti milkshake, jus, atau kopi juga dapat dilihat sebagai bagian dari praktik konsumsi simbolik. Pilihan menu tidak hanya didasarkan pada selera atau kebutuhan fisik, tetapi juga berkaitan dengan citra yang ingin ditampilkan. Dalam masyarakat konsumsi, setiap pilihan konsumsi memiliki makna sosial tertentu yang dapat mencerminkan selera, identitas, dan gaya hidup seseorang. Oleh karena itu, menu yang

dipilih di kafe juga dapat menjadi bagian dari ekspresi identitas perempuan dalam ruang sosial tersebut.

Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa aktivitas perempuan di kafe di Kota Ternate dapat dipahami sebagai fenomena sosial yang berkaitan dengan perkembangan masyarakat konsumsi modern. Kafe tidak lagi dipandang hanya sebagai tempat makan dan minum, tetapi telah berubah menjadi ruang simbolik yang menawarkan pengalaman sosial, identitas gaya hidup, serta representasi diri di ruang digital. Melalui aktivitas nongkrong, berbincang, serta mendokumentasikan pengalaman di media sosial, perempuan tidak hanya mengonsumsi produk atau layanan, tetapi juga mengonsumsi makna, citra, dan simbol sosial yang melekat pada kafe tersebut. Dengan demikian, fenomena ini mencerminkan bagaimana praktik konsumsi dalam masyarakat modern telah melampaui fungsi utilitarian dan berkembang menjadi sarana untuk membangun identitas, memperluas relasi sosial, serta menegaskan posisi individu dalam struktur sosial perkotaan yang semakin dinamis

B. Kafe sebagai Simbol Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Modern

Fenomena kafe sebagai ruang sosial bagi perempuan di Kota Ternate dapat dianalisis menggunakan Teori Masyarakat Konsumsi yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Menurut Baudrillard, dalam masyarakat modern aktivitas konsumsi tidak lagi semata-mata bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar, tetapi telah berkembang menjadi sarana untuk menunjukkan identitas, status sosial, dan gaya hidup seseorang. Konsumsi tidak hanya berkaitan dengan penggunaan barang atau jasa secara fungsional, tetapi juga memiliki makna simbolik yang digunakan individu untuk berkomunikasi secara sosial dengan orang lain. Dalam konteks penelitian ini, kehadiran perempuan di kafe di Kota Ternate dapat dipahami sebagai bagian dari praktik konsumsi simbolik tersebut. Kafe tidak lagi dimaknai sekadar sebagai tempat untuk menikmati makanan atau minuman, melainkan menjadi ruang yang memiliki nilai simbolik dalam membentuk citra gaya hidup modern. Kebiasaan perempuan datang ke kafe pada waktu-waktu tertentu, terutama pada sore hingga malam hari setelah menyelesaikan aktivitas sekolah, kuliah, atau pekerjaan, menunjukkan bahwa kafe telah menjadi bagian dari rutinitas kehidupan sosial mereka. Fenomena ini menggambarkan bagaimana ruang konsumsi seperti kafe berperan dalam membentuk pola interaksi sosial masyarakat perkotaan. Perempuan yang datang ke kafe tidak hanya bertindak sebagai konsumen, tetapi juga sebagai individu yang memanfaatkan ruang tersebut untuk menampilkan identitas sosial dan memperkuat jaringan pertemanan mereka dalam lingkungan pergaulan yang lebih luas.

Selanjutnya, aktivitas interaksi sosial yang berlangsung di kafe juga dapat dipahami melalui perspektif masyarakat konsumsi Baudrillard. Dalam teorinya, Baudrillard menjelaskan bahwa objek konsumsi sering kali memiliki nilai simbolik yang melampaui fungsi praktisnya. Kafe sebagai ruang konsumsi bukan hanya menyediakan makanan dan minuman, tetapi juga menawarkan pengalaman sosial dan emosional bagi para pengunjungnya. Data penelitian

menunjukkan bahwa perempuan di Kota Ternate sering menghabiskan waktu cukup lama di kafe untuk berbincang-bincang dengan teman, pasangan, atau rekan kerja. Aktivitas berbincang tersebut tidak hanya berkaitan dengan percakapan santai, tetapi juga menjadi sarana untuk berbagi pengalaman, bertukar informasi, dan mempererat hubungan sosial. Suasana kafe yang nyaman, desain interior yang menarik, serta adanya hiburan seperti musik turut menciptakan pengalaman konsumsi yang berbeda dari ruang domestik seperti rumah. Dalam perspektif Baudrillard, pengalaman tersebut merupakan bagian dari konsumsi tanda (*consumption of signs*), di mana individu tidak hanya mengonsumsi produk secara fisik, tetapi juga mengonsumsi makna sosial yang melekat pada tempat tersebut. Dengan demikian, keberadaan kafe di Kota Ternate dapat dipahami sebagai simbol dari gaya hidup modern yang menekankan pada pentingnya interaksi sosial, kenyamanan, dan pengalaman rekreasi dalam kehidupan sehari-hari. Bagi perempuan, aktivitas nongkrong di kafe menjadi cara untuk menyeimbangkan antara tuntutan pekerjaan, pendidikan, dan kebutuhan akan hiburan serta relaksasi.

Pengaruh media sosial dalam membentuk preferensi perempuan terhadap kafe juga dapat dianalisis melalui konsep masyarakat konsumsi yang dikemukakan oleh Baudrillard. Dalam masyarakat modern, media memiliki peran penting dalam membentuk citra dan makna terhadap suatu objek konsumsi. Berdasarkan data penelitian, beberapa informan mengetahui keberadaan kafe melalui unggahan teman-teman mereka di media sosial seperti Instagram dan Facebook. Foto atau postingan yang menampilkan suasana kafe yang menarik sering kali menimbulkan keinginan bagi perempuan lain untuk mengunjungi tempat tersebut. Dalam perspektif Baudrillard, fenomena ini berkaitan dengan konsep simulasi dan representasi simbolik dalam masyarakat konsumsi. Media sosial menciptakan citra tertentu mengenai kafe sebagai tempat yang menarik, modern, dan layak dikunjungi. Citra tersebut kemudian mempengaruhi persepsi masyarakat sehingga kunjungan ke kafe tidak lagi hanya didorong oleh kebutuhan praktis, tetapi juga oleh keinginan untuk menjadi bagian dari tren gaya hidup yang sedang berkembang. Aktivitas mengambil foto, membuat status, atau melakukan check-in lokasi di kafe menjadi bagian dari praktik konsumsi simbolik di era digital. Melalui unggahan tersebut, perempuan tidak hanya berbagi pengalaman pribadi, tetapi juga membangun representasi diri di hadapan jaringan sosial mereka. Dalam hal ini, kafe berfungsi sebagai latar sosial yang memungkinkan perempuan menampilkan identitas modern, aktif, dan mengikuti perkembangan gaya hidup masa kini.

Selain itu, keberagaman aktivitas yang dilakukan perempuan di kafe juga mencerminkan karakter masyarakat konsumsi sebagaimana dijelaskan oleh Baudrillard. Data penelitian menunjukkan bahwa perempuan tidak hanya datang ke kafe untuk berkumpul atau berbincang, tetapi juga melakukan berbagai kegiatan lain seperti mengerjakan tugas sekolah atau kuliah, berdiskusi, melakukan pertemuan dengan teman, hingga sekadar menikmati makanan dan minuman yang tersedia. Variasi aktivitas tersebut menunjukkan bahwa kafe telah menjadi ruang sosial yang fleksibel dan multifungsi bagi masyarakat perkotaan. Dalam perspektif Baudrillard,

ruang konsumsi seperti kafe tidak hanya menawarkan produk, tetapi juga menyediakan pengalaman sosial yang dapat dinikmati oleh pengunjung. Pilihan menu yang beragam, mulai dari kopi, jus, hingga milkshake, juga menjadi bagian dari simbol konsumsi yang merepresentasikan selera dan preferensi individu. Bagi sebagian perempuan, kafe bahkan menjadi tempat yang memberikan rasa kebebasan dan kenyamanan untuk melakukan aktivitas tertentu yang mungkin tidak dapat dilakukan secara leluasa di ruang domestik. Fenomena ini menunjukkan bahwa kafe telah berkembang menjadi simbol gaya hidup modern yang mencerminkan perubahan pola konsumsi masyarakat perkotaan. Kehadiran berbagai kafe dengan konsep yang berbeda-beda di Kota Ternate turut memperkuat kecenderungan ini, karena setiap kafe menawarkan identitas dan pengalaman sosial yang unik. Dengan demikian, berdasarkan analisis Teori Masyarakat Konsumsi dari Jean Baudrillard, aktivitas perempuan di kafe dapat dipahami sebagai praktik konsumsi simbolik yang tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan fisik, tetapi juga dengan pembentukan identitas sosial, ekspresi gaya hidup, serta pencarian pengalaman sosial di tengah dinamika kehidupan perkotaan yang semakin kompleks.

SIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang “Perempuan dan Kafe sebagai Representasi Gaya Hidup Perempuan di Kota Ternate”, dapat disimpulkan bahwa aktivitas perempuan di kafe telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat perkotaan. Kafe tidak lagi dipahami hanya sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi telah berkembang menjadi ruang sosial yang digunakan perempuan untuk berkumpul, berbincang, bersantai, serta mempererat hubungan pertemanan dan relasi sosial. Aktivitas nongkrong di kafe biasanya dilakukan setelah menyelesaikan kegiatan sekolah, kuliah, atau pekerjaan, terutama pada sore hingga malam hari. Hal ini menunjukkan bahwa kafe menjadi salah satu pilihan ruang publik yang memberikan kenyamanan, hiburan, serta kesempatan bagi perempuan untuk melepas penat dari rutinitas sehari-hari.

Selain itu, kafe juga merepresentasikan gaya hidup perempuan modern di Kota Ternate. Keberadaan kafe dengan konsep yang menarik, suasana yang nyaman, serta fasilitas seperti jaringan internet dan hiburan menjadikan tempat ini sebagai ruang ekspresi sosial bagi perempuan. Aktivitas di kafe tidak hanya terbatas pada interaksi langsung, tetapi juga berkaitan dengan praktik representasi diri melalui media sosial. Banyak perempuan yang mendokumentasikan aktivitas mereka di kafe melalui foto atau unggahan di media sosial sebagai bentuk eksistensi diri dalam lingkungan pergaulan. Fenomena ini menunjukkan bahwa kafe memiliki nilai simbolik yang mencerminkan identitas sosial, selera, dan gaya hidup perempuan di tengah perkembangan budaya konsumsi masyarakat perkotaan.

B. Saran

Aktivitas perempuan di kafe diharapkan tidak hanya dimaknai sebagai hiburan, tetapi juga dimanfaatkan sebagai ruang yang lebih produktif, seperti tempat belajar, diskusi, dan pengembangan kreativitas. Bagi pelaku usaha kafe, diharapkan dapat mengembangkan konsep kafe yang mendukung aktivitas edukatif dan komunitas, misalnya menyediakan ruang diskusi atau kegiatan kreatif bagi generasi muda. Pemerintah daerah juga diharapkan dapat mendorong keberadaan kafe sebagai bagian dari ruang publik yang mendukung perkembangan ekonomi kreatif dan interaksi sosial masyarakat. Selain itu, untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih lanjut hubungan antara gaya hidup, media sosial, dan budaya konsumsi masyarakat perkotaan.

DAFTAR PUSTAKA

- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths and structures*. London: Sage Publications.
- Chaney, D. (2004). *Lifestyles: Sebuah pengantar komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism*. London: Sage Publications.
- Giddens, A. (2009). *Sociology*. Cambridge: Polity Press.
- Kahar, S., Bailussy, W., & Bahry, S. (2020). Konstruksi Sosial Masyarakat Desa Terhadap Peran Imam Masjid dalam Melakukan Rekonsiliasi Konflik Sosial antara Kepala Desa dan Masyarakat di Desa Tabalema (Studi Kasus di Desa Tabalema kabupaten Halmahera Selatan Propinsi Maluku Utara. *ARISTO*, 8(2), 369-380.
- Kahar, S. (2022). Konstruksi Sosial Masyarakat Kota Ternate Terhadap Pemberitaan Covid-19 di Media Massa: Universitas Muhammadiyah Maluku Utara. *Ejournal KAWASA*, 12(1), 1-8.
- Khaerani, D., Kahar, S., & Saleh, Z. H. (2025). STUDI FENOMENOLOGI TENTANG MAKNA PENGGUNA ROKOK ELEKTRIK PADA PENGUNJUNG DEEPA COFFE DI KOTA TERNATE: Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Maluku Utara. *Ejournal KAWASA*, 16(1), 1-22.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education.
- Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, consumption, prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital “prosumer”. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13–36.
- Soekanto, S. (2012). *Sosiologi suatu pengantar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Thompson, C. J., & Arsel, Z. (2004). The Starbucks brandscape and consumers’ (anticorporate) experiences of glocalization. *Journal of Consumer Research*, 31(3), 631–642.
- Waxman, L. (2006). The coffee shop: Social and physical factors influencing place attachment. *Journal of Interior Design*, 31(3), 35–53.