

**PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ANGKRINGAN TITIK
NOL SEBAGAI TEMPAT INTERAKSI SOSIAL**

SKRIPSI

Oleh:

M. ZAHWA HAPSANI
NPM 1703110140

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2022**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama Mahasiswa : **M.ZAHWA HAPSANI**
NPM : 1703110140
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
ANGKRINGAN TITIK NOL SEBAGAI TEMPAT
INTERAKSI SOSIAL**
Medan, 29 Maret 2022

PEMBIMBING



Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom

Disetujui Oleh:

KETUA PROGRAM STUDI



Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom

DEKAN



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., M.SP

UMSU
Unggul | **UMSU** | Terpercaya

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Oleh:

Nama Mahasiswa : **M.ZAHWA HAPSANI**

NPM : 1703110140

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari,tanggal : Selasa, 29 Maret 2022

Waktu : 08.00 s.d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : **Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAHAP, S.Sos, M.I.Kom** (.....)

PENGUJI II : **FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom** (.....)

PENGUJI III : **NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom** (.....)

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP ABRAR ADHANI, S.Sos.,M.I.Kom

UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya



PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **M. Zahwa Hapsani**, NPM 1703110140, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kerjasama di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

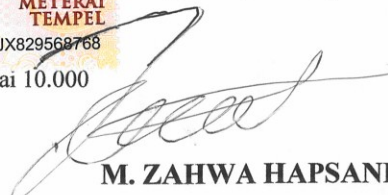
Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.



Medan, 29 Maret 2022

Yang menyatakan,


M. ZAHWA HAPSANI

PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ANGKRINGAN TITIK NOL SEBAGAI TEMPAT INTERAKSI SOSIAL

M. ZAHWA HAPSANI
NPM 1703110140

ABSTRAK

Pada saat ini di medan, angkringan menjadi salah satu tempat yang populer dan menjadi pilihan masyarakat untuk berkomunikasi dan menjadikan angkringan sebagai tempat interaksi sosial. Banyak alasan masyarakat memilih angkringan sebagai tempat interaksi sosial, Peneliti melakukan wawancara pada salah satu angkringan kota Medan yang berada di JL. Pasar III Simpang Krakatau yaitu Angkringan Titik Nol. Melihat budaya masyarakat perkotaan termasuk kota Medan, biasanya memilih tempat yang modern untuk sekedar bersantai atau nongkrong bersama teman-teman. Keadaan ini berbanding terbalik dengan keadaan di angkringan saat ini, angkringan saat ini telah menjadi tempat interaksi sosial dan tempat konsumsi bagi semua lapisan sosial masyarakat kota Medan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Persepsi Konsumen Terhadap Angkringan Titik Nol Sebagai Tempat Interaksi Sosial di Jalan Pasar III simpang Krakatau kota Medan. Teori yang digunakan yaitu Teori AIDDA. Metode dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan analisis data Mengumpulkan data, mengolah dan mendeskripsikan data, menarik kesimpulan secara kualitatif deskriptif. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Konsumen atau pengunjung telah memilih angkringan sebagai tempat tersebut meyakini bahwa tempat yang mereka dapatkan adalah tempat yang terbaik diantara berbagai pilihan yang ada oleh karena itu angkringan cocok dijadikan sebagai tempat favorit untuk berinteraksi.

Kata Kunci: Persepi, Konsumen, Angkringan Titik Nol

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala yang senantiasa memberikan bantuan, nikmat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang merupakan tugas dan syarat wajib dipenuhi guna memperoleh gelar sarjana dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Shalawat dan salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wa sallam yang telah membawa risalah Islam yang penuh dengan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu-ilmu ke-Islaman, sehingga dapat menjadi bekal petunjuk bagi hidup dan kehidupan kita di dunia yang selanjutnya di akhirat.

Suatu kebanggaan dan kebahagiaan bagi penulis atas terselesainya penulisan tugas akhir akademik ini, meskipun dalam proses penyusunannya banyak mengalami hambatan dan cobaan, disebabkan lebih atas keterbatasan penulis. Namun, berkat bantuan dan motivasi serta doa dari berbagai pihak, Alhamdulillah penulis dapat melalui semua itu, walaupun penulis menyadari skripsi yang berjudul **“PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ANGKRINGAN TITIK NOL SEBAGAI TEMPAT INTERAKSI SOSIAL”**

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih paling istimewa untuk kedua orang tua yaitu kepada **Ayah tercinta Mawardi S.Pd dan Ibunda tersayang Elvi Koto** yang telah memberikan dukungan, perhatian, dorongan, pujian, pengorbanan, bimbingan, serta doa yang tulus terhadap peneliti, sehingga peneliti termotivasi dalam menyelesaikan pembuatan skripsi. Serta teman-teman saya yang telah memberikan perhatian dan dukungan kepada peneliti.

Peneliti juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Akhyar Anshori S.Sos., M.I.Kom. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Nurhasanah Nasution S.Sos., M.I.Kom. Selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan saran dan masukan
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah mendidik saya sampai akhir perkuliahan.

6. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu pembuatan administrasi saya dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Terima kasih kepada Angkringan Titik Nol Medan yang telah memberikan izin dan membantu penulis untuk meneliti disana.
8. Kepada Abang Saya Muhammad Safaat Ramadhan, Adik Saya Muhammad Raihan dan Aisyah Azahra serta kakak saya Nurmajuli Apriliani yang sudah memberi semangat dalam menjalani proses perkuliahan ini hingga selesai.
9. Kepada Ponakan Saya yang paling saya cintai Rania Adiba Shanum
10. Kepada sahabat Saya yang sudah dianggap seperti saudara Muhammad Aswad, Irvan Nasution, Mhd Fadli, dan Farid Azmi, Riski Setiawan terima kasih sudah menjadi sahabat yang menyenangkan dan menyebarkan.
11. Kepada Ursila Fazrin Damanik S.I.Kom yang sudah membantu memberi masukan dengan sangat baik dalam mendengarkan berbagai keluh - kesah penulis serta membantu penulis menyelesaikan skripsi.
12. Kepada Yanggi Yudha Hasibuan, Agung Eka Putra, Guntur Hermawan, Reza Sahyuda, Anisya Hafila Hatono S.I.Kom, Aryanda Razman Tarigan S.I.Kom, Nanda Syahputra, Hendri Ega Bhakti, Rico Adrian Saragih, Diah Ayu S.I.Kom, Alqa Ridho Irawan S.I.Kom, Clara Wirianda S.I.Kom yang sudah menemani masa kuliah saya yang cukup berwarna dari semester satu hingga akhir kuliah.
13. Dan seluruh pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini. Walau tidak tertulis, Insya Allah perbuatan kalian menjadi amal baik, Aaminn.

Akhir kata, penulis memohon maaf jika ada kesalahan dan kekurangan yang terdapat pada skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi semua pihak dan bermanfaat bagi penulis khususnya pembaca dalam menambah pengetahuan dan wawasan.

Medan, Maret 2022

Penulis,

M. Zahwa Hapsani
1703110140

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	II
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pembatasan Masalah.....	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II URAIAN TEORITIS	6
2.1 Persepsi	6
2.2 Jenis-jenis Persepsi.....	7
2.3 Konsumen	8
2.4 Angkringan.....	11
2.5 Interaksi Sosial.....	12
2.6 Teori AIDDA	17
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Kerangka Konsep	21
3.3 Defenisi Konsep	22
3.4 Kategorisasi.....	23
3.5 Narasumber	24
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.7 Teknik Analisis Data.....	26

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Profil Angkringan Titik Nol	29
4.2 Hasil Penelitian	30
4.2.1 Persepsi Konsumen Terhadap Angkringan Titik Nol	30
4.2.2 Angkringan Titik Nol bisa menarik minat pengunjung	34
4.2.3 Memilih angkringan titik nol sebagai tempat berkumpul	34
4.2.4 Golongan angkringan titik nol	38
4.2.5 Isi pesan komunikasi terhadap angkringan titik nol	43
4.2.6 Interaksi sosial dalam Angkringan titik nol	45
4.2.7 Pelayanan dan penyediaan angkringan titik nol	48
4.2.8 Penyesuaian konsumen terhadap interaksi pengunjung di angkringan titik nol	51
4.2.9 Proses akulturasi dalam interaksi sosial terhadap pengunjung di angkringan titik nol	
4.2.10 Pandangan konsumen terhadap angkringan titik nol dengan angkringan yang lain	55
4.3 Pembahasan	57
BAB V PENUTUP.....	59
5.1 Simpulan	59
5.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA.....	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kategorisasi	23
------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Kerangka Konsep.....	22
Gambar 2.	Pemiliki Angkringan Titik Nol.....	29
Gambar 3.	Kopi Joss.....	34
Gambar 4.	Angkringan Titik Nol	36
Gambar 5.	Konsumen.....	42

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Angkringan pertama kali muncul di Yogyakarta, angkringan di Yogyakarta dipelopori oleh seorang pendatang dari Cawas Klaten bernama Mbah Pairo pada tahun 1950-an. Cawas yang secara administratif termasuk wilayah Klaten Jawa Tengah merupakan daerah tandus terutama di musim kemarau. Tidak adanya lahan subur yang bisa diandalkan untuk menyambung hidup, membuat Mbah Pairo mengadu nasib ke kota. Mbah Pairo bisa disebut pionir angkringan di Yogyakarta.

Usaha angkringan Mbah Pairo ini kemudian diwarisi oleh Lik Man, putra Mbah Pairo sekitar tahun 1969. seiring bergulirnya waktu, lambat laun bisnis ini kemudian menjamur hingga pada saat ini sangat mudah menemukan angkringan di setiap sudut Kota Yogyakarta. Angkringan Lik Man pun konon menjadi yang paling dikenal di seluruh Yogyakarta, bahkan di luar Yogyakarta. Demikian sejarah angkringan di Yogyakarta bermula. Kata angkringan berasal dari Bahasa pergaulan Jawa, angkring atau nangkring yang memiliki arti duduk santai dan lebih bebas.

Pada saat ini di Medan, angkringan menjadi salah satu tempat yang populer dan menjadi pilihan masyarakat untuk berkomunikasi dan menjadikan angkringan sebagai tempat interaksi sosial. Banyak alasan masyarakat memilih angkringan sebagai tempat interaksi sosial, mulai dari harga yang terjangkau, tempat yang unik, makanan dan minuman yang unik.

Angkringan kemudian di identikkan sebagai tempat konsumsi kelompok kelompok menengah kebawah, melihat angkringan sebagai alternatif pilihan yang murah dalam pemenuhan kebutuhan dasar mereka, di angkringan boleh saja duduk berjam-jam tanpa harus khawatir akan mendapat usiran dari pemiliknya. Angkringan pula boleh makan sambil jegang (duduk dengan kaki satu diangkat) mengangkat kaki, bahkan bila memungkinkan sambil tiduran. Banyak pedagang angkringan menyediakan tikar untuk lesehan pengunjung dimana hal ini memberikan suasana khas pada warung angkringan itu sendiri. Maka tak heran jika banyak masyarakat yang menjadikan angkringan sebagai tempat konsumsi, mereka memilih angkringan karena suasana berbeda yang ditawarkan oleh para pedagang angkringan bila dibandingkan dengan warung makan lainnya.

Perkembangan angkringan di kota Medan sangatlah pesat mulai dari jalan kesawan sebagai pelopor angkringan dikota medan hingga saat ini sudah banyak yang menjadikan angkringan sebagai usaha yang cukup menjanjikan. Peneliti melakukan wawancara pada salah satu angkringan kota Medan yang berada di JL. Pasar III Simpang Krakatau yaitu Angkringan Titik Nol. Melihat budaya masyarakat perkotaan termasuk kota Medan, biasanya memilih tempat yang modern untuk sekedar bersantai atau nongkrong bersama teman-teman. Keadaan ini berbanding terbalik dengan keadaan di angkringan saat ini, seperti yang sudah di uraikan diatas angkringan saat ini telah menjadi tempat interaksi sosial dan tempat konsumsi bagi semua lapisan sosial masyarakat kota Medan. Melihat kecenderungan yang terjadi bisnis angkringan termasuk bisnis yang menjanjikan karena peminatnya cukup banyak mulai dari anak-anak sampai orang tua,

pelanggan angkringan di kota Medan kebanyakan mahasiswa dan sifat manusia yang cenderung bersifat konsumtif serta lebih praktis dengan makanan cepat saji juga membuat peluang angkringan semakin besar.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik menggali secara mendalam tentang usaha angkringan di JL. Pasar III Simpang Krakatau Kota Medan melalui penelitian yang berjudul “Persepsi Konsumen Terhadap Angkringan Titik Nol Sebagai Tempat Interaksi Sosial”.

1.2 Pembatasan Masalah

Agar penulis skripsi ini tidak menyimpang dan mengembang maka penulis menetapkan batasan-batasan sebagai berikut:

Ruang lingkup dalam penelitian ini yaitu Persepsi Konsumen Terhadap Angkringan Titik nol Sebagai Tempat Interaksi Sosial di yang berada di Jalan Pasar III Simpang Krakatau Kota Medan.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana Persepsi Konsumen Terhadap Angkringan Titik nol Sebagai Tempat Interaksi Sosial.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah Untuk mengetahui Bagaimana Persepsi Konsumen Terhadap Angkringan Titik Nol Sebagai Tempat Interaksi Sosial di Jalan Pasar III simpang Krakatau kota Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Sebuah penelitian hendaknya dapat memberikan manfaat tertentu. Demikian pula manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini yaitu:

a. Manfaat Akademis

Dalam melakukan penelitian ini merupakan suatu hal yang bermanfaat bagi penulis karena penulis dapat mengaplikasikan ilmu yang didapat pada perkuliahan dan dituangkan dalam suatu karya ilmiah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada semua kalangan yang terkait dan menambah khazanah kepustakaan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan bahan referensi mengenai Persepsi Konsumen Terhadap Angkringan Titik Nol Sebagai Tempat Interaksi Sosial di JL. Pasar III Simpang Krakatau Kota Medan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

BAB II URAIAN TEORITIS

Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai tinjauan pustaka mengenai komunikasi, angkringan, persepsi, interaksi sosial.

BAB III METODE PENELITIAN

Di dalam bab ini penulis menguraikan mengenai jenis penelitian, kerangka konsep, defenisi konsep, kategorisasi penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini, penulis menguraikan simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Persepsi

Secara etimologis, persepsi atau dalam bahasa Inggris *perception* berasal dari bahasa Latin *percipere*, yang artinya menerima atau mengambil. Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi adalah suatu proses tentang petunjuk-petunjuk inderawi dan pengalaman masa lampau yang relevan diorganisasikan untuk memberikan kepada kita gambaran yang terstruktur dan bermakna pada suatu situasi tertentu. Istilah persepsi biasanya digunakan untuk mengungkapkan tentang pengalaman terhadap sesuatu benda ataupun suatu kejadian yang dialami. Persepsi ini di definisikan sebagai proses yang menggabungkan dan mengorganisir data-data indra kita (penglihatan) untuk dikembangkan sedemikian rupa sehingga kita dapat menyadari disekeliling kita, termasuk sadar akan diri kita sendiri. Persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk kedalam otak. Alex Sobur, Psikologi Umum dalam Lintas Sejarah, (Bandung: Pustaka Setia, 2013), Abdul Rahman Saleh, Psikologi Suatu Pengantar Dalam Prespektif Islam, (Jakarta: Kencana, 2004).

Persepsi merupakan serangkaian proses rumit yang melaluinya kita memperoleh menginterpersepsikan informasi indrawi, intepretasi ini memungkinkan kita untuk mencerap lingkungan kita secara bermakna. Organisasi perseptual merupakan proses mengorganisasikan komponen-komponen

pemandangan menjadi objek-objek terpisah. Pemisahan ini penting bagi pengenalan objek tersebut. (Ling & Calting, 2012).

Menurut Stanton sebagaimana yang dikutip dalam buku perilaku konsumen yang ditulis oleh Nugroho: “Persepsi dapat didefinisikan sebagai makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu dan stimulus (rangsangan-rangsangan) yang kita terima melalui panca indra (pengelihatn, pendengaran, perasaan).

Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, kita tidak mungkin berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih satu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Jadi dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan anggapan kita setelah menerima rangsangan dari apa yang dirasakan oleh panca indra kita, rangsangan tersebut kemudian berkembang menjadi pemikiran yang membuat kita memiliki suatu pandangan terkait suatu kasus atau kejadian yang tengah terjadi

2.2 Jenis Jenis Persepsi

Menurut Parek (1984), berdasarkan indra sebagai penerima stimulus, terdapat beberapa jenis persepsi, yaitu:

1. Persepsi visual. Persepsi visual dari indra penglihatan yaitu mata. Persepsi ini adalah persepsi yang paling awal berkembang pada bayi dan memengaruhi bayi dan balita untuk memahami dunianya. Persepsi visual adalah hasil dari apa yang kita lihat, baik sebelum kita melihat atau masih membayangkan serta sesudah melakukan pada objek yang dituju.

2. Persepsi *auditoria* atau pendengaran. Persepsi auditoria merupakan persepsi yang didapatkan dari indera pendengaran yaitu telinga. Seseorang dapat mempersepsikan sesuatu dari apa yang didengarnya.
3. Persepsi perabaan. Persepsi perabaan merupakan persepsi yang didapatkan dari indera perabaan yaitu kulit. Seseorang dapat mempersepsikan sesuatu dari apa yang disentuhnya atau akibat persentuhan sesuatu dengan kulitnya.
4. Persepsi penciuman. Persepsi penciuman merupakan persepsi yang didapatkan dari indera penciuman yaitu hidung. Seseorang dapat mempersepsikan sesuatu dari apa yang di cium.
5. Persepsi pengecapan. Persepsi pengecapan atau rasa merupakan jenis persepsi yang didapatkan dari indera pengecapan yaitu lidah. Seseorang dapat mempersepsikan sesuatu dari apa yang diecap atau rasakan.

2.3 Konsumen

Menurut Menurut Dewi (2013: 1), konsumen adalah seseorang yang menggunakan produk dan atau jasa yang dipasarkan. Sedangkan kepuasan konsumen adalah sejauh mana harapan para pembelian seorang konsumen dipenuhi atau bahkan dilebihi oleh sebuah produk. Jika harapan konsumen tersebut dipenuhi maka ia akan merasa puas, dan jika melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa senang. Konsumen dibagi menjadi dua kategori, yaitu konsumen personal dan konsumen organisasional. Konsumen personal adalah individual yang membeli barang dan jasa untuk digunakan sendiri, untuk penggunaan dalam rumah tangga, anggota keluarga dan teman.

Sedangkan konsumen organisasional merupakan sebuah perusahaan, agen pemerintah atau institusi profit maupun nonprofit lainnya yang membeli barang, jasa dan peralatan lain yang diperlukan yang digunakan agar organisasi tersebut dapat berjalan dengan baik.

Menurut Sri Handayani (2012: 2) konsumen (sebagai alih Bahasa dari *consumen*), secara harfiah berarti "seseorang yang membeli barang atau menggunakan jasa"; atau "seseorang atau sesuatu perusahaan yang membeli barang tertentu atau menggunakan jasa tertentu" juga "sesuatu atau seseorang yang menggunakan suatu persediaan atau sejumlah barang", ada pula yang memberikan arti lain yaitu konsumen adalah "setiap orang yang menggunakan barang atau jasa dalam berbagai perundang-undangan negara". Menurut Zulian Yamit dalam anjar Rahmulyo secara tradisional konsumen diartikan orang yang membeli dan menggunakan produk. Pandangan tradisional ini menyimpulkan bahwa konsumen adalah orang yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum proses produksi selesai, karena mereka adalah pengguna produk. Sedangkan orang yang berinteraksi dengan perusahaan sebelum proses produksi berlangsung adalah dianggap sebagai pemasok. Konsumen dan pemasok dalam konsep tradisional ini adalah orang yang berada di luar perusahaan atau disebut konsumen.

Kepuasan konsumen eksternal dipengaruhi pula oleh kualitas pelayanan purna jual. Uraian tersebut, menyimpulkan bahwa pemasok dan konsumen adalah setiap orang atau badan yang datang dari dalam perusahaan maupun yang datang dari luar perusahaan, selain itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga jenis konsumen, diantaranya:

- a. Konsumen Internal (*internal costumer*) adalah setiap orang yang ikut menangani proses pembuatan maupun penyediaan produk didalam perusahaan atau organisasi.
- b. Konsumen Perantara (*intermediate costumer*) adalah mereka yang bertindak atau berperantara untuk mendistribusikan produk kepada pihak konsumen atau konsumen eksternal. Konsumen perantara ini bukan sebagai pemakai akhir.
- c. Konsumen Eksternal (*external costumer*) adalah pembeli atau pemakai akhir yang disebut sebagai konsumen yang nyata (*real costumer*).

Ditegaskan oleh Az. Nasution (2001) dengan memberikan batasan mengenai konsumen, yaitu:

1. Konsumen adalah setiap orang yang mendapatkan barang atau jasa digunakan untuk tujuan tertentu.
2. Konsumen antara adalah setiap orang yang mendapatkan barang dan/atau jasa untuk digunakan dengan tujuan membuat barang/jasa lain atau untuk diperdagangkan (tujuan komersial).
3. Konsumen akhir, adalah setiap orang alami yang mendapat dan menggunakan barang dan/atau jasa untuk tujuan memenuhi kebutuhan hidupnya pribadi, keluarga dan/atau rumah tangga dan tidak untuk di perdagangkan kembali (nokomersial).

2.4 Angkringan

Kata angkringan berasal dari kata pergaulan Jawa, angkringan atau nangkring yang memiliki arti duduk santai yang lebih bebas. Para pembeli yang duduk di bangku kayu memanjang di sekitar gerobak dapat mengangkat atau melipat kaki naik ke atas kursi. Angkringan merupakan suatu bentuk variasi dari kaki lima. Penjual kaki lima yang menggunakan pikulan juga dapat di temui di daerah-daerah lain. Kaki lima pikulan yang menjual makanan dengan harga murah seperti angkringan dapat pula di temui di Solo dan Klaten.

Menurut Klara, “masyarakat setempat menyebut kaki lima tersebut dengan nama HIK (Hidangan Istimewa Kampung). Istilah ini digunakan di Solo, tetapi istilah ini populer di Yogyakarta adalah angkringan.

Pada awalnya penjual angkringan tidak menggunakan gerobak dorong beroda dua, melainkan pikulan yang terbuat dari belahan batang bambu. Di kedua ujungnya digantung dua set perangkat, serta dilengkapi sebuah bangku untuk penjual. Satu set angkringan dilengkapi dengan alat dan bahan minuman yang akan di olah, termasuk anglo atau tungku berbahan bakar arang. Sementara, set-set yang lain memuat bahan makanan siap saji yang hanya perlu di bakar kembali di atas tungku. Perlengkapan kios berjalan ini masih sangat sederhana mengingat frekuensi perpindahannya cukup tinggi. Konsep angkringan adalah gerobak dorong dari kayu dan tungku dari arang. Di atasnya ceret besar berjumlah tiga buah sebagai alat untuk menghadirkan bahan minuman. Tak lupa yang menambah suasana remang-remang eksotis adalah lampu minyak yang di sebut teplok yang menerangi di tengah gerobak. Tempat duduk yang menggunakan kursi kayu

panjang mengelilingi gerobak yang di naungi terpal plastik gulung sebagai tenda. Perpaduan yang bersahaja ini menjadi estetika angkringan yang terbentuk melawan waktu dan perkembangan zaman.

Angkringan juga terkenal sebagai tempat yang egaliter karena bervariasinya pembeli yang datang tanpa membeda-bedakan strata sosial. Mereka menikmati makanan sambil bebas mengobrol hingga larut malam meskipun tak saling kenal tentang berbagai hal atau kadang berdiskusi tentang topik-topik yang serius. Harganya yang murah dan tempatnya yang santai membuat angkringan sangat populer di tengah kota sebagai tempat persinggahan untuk mengusir lapar atau sekadar melepas lelah. Akrabnya suasana dalam angkringan membuat nama angkringan tak hanya merujuk ke dalam tempat tetapi kesuasana, beberapa acara mengadopsi kata angkringan untuk menggambarkan suasana yang akrab saling berbagi dan menjembatani perbedaan.

2.5 Interaksi sosial

Interaksi yaitu satu relasi antara dua sistem yang terjadi sedemikian rupa sehingga kejadian yang berlangsung pada satu sistem akan mempengaruhi kejadian yang terjadi pada sistem-sistem lainnya. Interaksi adalah satu pertalian sosial antara individu sedemikian rupa sehingga individu yang bersangkutan saling mempengaruhi satu sama lainnya. (Chaplin, 2011). Menurut H. Bonner (dalam Gerungan, 2010: 62) interaksi sosial adalah suatu hubungan antara dua atau lebih individu manusia, dimana kelakuan individu yang satu mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki kelakuan individu yang lain, atau sebaliknya. Rumusan ini dengan tepat menggambarkan kelangsungan timbal-baliknya

interaksi sosial dua atau lebih manusia itu. Sementara itu, individu yang satu dapat menyesuaikan diri secara autoplastis kepada individu yang lain, dimana dirinya dipengaruhi oleh diri yang lain. Individu yang satu dapat juga menyesuaikan diri secara aloplastis dengan individu lain, dimana individu yang lain itulah yang dipengaruhi oleh dirinya yang pertama. Dengan demikian, hubungan antara individu yang berinteraksi senantiasa merupakan hubungan timbal-balik, saling pengaruh yang timbal balik.

Manusia merupakan makhluk sosial karena manusia tidak bisa hidup sendirian. Interaksi sosial akan sangat mempengaruhi seseorang. Sehingga interaksi sosial akan terjadi sepanjang rentang kehidupan manusia sehari-hari.

Menurut Robert M.Z. Lawang dalam (Soyomukti, 2010:35), menyatakan “bahwa interaksi sosial adalah proses ketika orang-orang berkomunikasi saling pengaruh-mempengaruhi dalam pikiran dan tindakannya.”

Bentuk-Bentuk Interaksi sosial dibedakan menjadi dua bentuk, yaitu asosiatif dan disosiatif.

1. Asosiatif

Interaksi sosial bersifat asosiatif akan mengarah pada bentuk penyatuan. Interaksi sosial ini terdiri atas beberapa hal berikut:

1) Kerja sama (*cooperation*)

Kerjasama terbentuk karena masyarakat menyadari bahwa mereka mempunyai kepentingan-kepentingan yang sama sehingga sepakat untuk bekerjasama dalam mencapai tujuan bersama. Berdasarkan pelaksanaannya terdapat empat bentuk kerjasama, yaitu *bargaining*

(tawar-menawar), *cooptation* (kooptasi), koalisi dan *joint-venture* (usaha patungan).

2) Akomodasi

Akomodasi merupakan suatu proses penyesuaian antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok guna mengurangi, mencegah, atau mengatasi ketegangan dan kekacauan. Proses akomodasi dibedakan menjadi beberapa bentuk antara lain:

- a) *Coercion* yaitu suatu bentuk akomodasi yang prosesnya dilaksanakan karena adanya paksaan
- b) Kompromi yaitu, suatu bentuk akomodasi dimana pihak-pihak yang terlibat masing-masing mengurangi tuntutananya agar dicapai suatu penyelesaian terhadap suatu konflik yang ada.
- c) Mediasi yaitu, cara menyelesaikan konflik dengan jalan meminta bantuan pihak ketiga yang netral.
- d) *Arbitration* yaitu, cara mencapai kompromi dengan cara meminta bantuan pihak ketiga yang dipilih oleh kedua belah pihak atau oleh badan yang berkedudukannya lebih dari pihak-pihak yang bertikai.
- e) *Adjudication* (peradilan) yaitu, suatu bentuk penyelesaian konflik melalui pengadilan.
- f) *Stalemate* yaitu, Suatu keadaan dimana pihak-pihak yang bertentangan memiliki kekuatan yang seimbang dan berhenti

melakukan pertentangan pada suatu titik karena kedua belah pihak sudah tidak mungkin lagi maju atau mundur.

g) Toleransi yaitu, suatu bentuk akomodasi tanpa adanya persetujuan formal.

h) *Consiliation* yaitu, usaha untuk mempertemukan keinginan-keinginan pihak-pihak yang berselisih bagi tercapainya suatu persetujuan bersama.

3) Asimilasi

Proses asimilasi menunjuk pada proses yang ditandai adanya usaha mengurangi perbedaan yang terdapat diantara beberapa orang atau kelompok dalam masyarakat serta usaha menyamakan sikap, mental, dan tindakan demi tercapainya tujuan bersama. Asimilasi timbul bila ada kelompok masyarakat dengan latar belakang kebudayaan yang berbeda, saling bergaul secara intensif dalam jangka waktu lama, sehingga lambat laun kebudayaan asli mereka akan berubah sifat dan wujudnya membentuk kebudayaan baru sebagai kebudayaan campuran.

4) Akulturasi

Proses sosial yang timbul, apabila suatu kelompok masyarakat manusia dengan suatu kebudayaan tertentu dihadapkan dengan unsur-unsur dari suatu kebudayaan asing sedemikian rupa sehingga lambat laun unsur - unsur kebudayaan asing itu diterima dan diolah ke dalam

kebudayaan sendiri, tanpa menyebabkan hilangnya kepribadian dari kebudayaan itu sendiri.

2. Disosiatif

Interaksi sosial ini mengarah pada bentuk pemisahan dan terbagi dalam tiga bentuk sebagai berikut:

a. Persaingan/kompetisi

Adalah suatu perjuangan yang dilakukan perorangan atau kelompok sosial tertentu, agar memperoleh kemenangan atau hasil secara kompetitif, tanpa menimbulkan ancaman atau benturan fisik di pihak lawannya.

b. Kontravensi

Adalah bentuk proses sosial yang berada di antara persaingan dan pertentangan atau konflik. Wujud kontravensi antara lain sikap tidak senang, baik secara tersembunyi maupun secara terang-terangan seperti perbuatan menghalangi, menghasut, memfitnah, berkhianat, provokasi, dan intimidasi yang ditunjukkan terhadap perorangan atau kelompok atau terhadap unsur - unsur kebudayaan golongan tertentu. Sikap tersebut dapat berubah menjadi kebencian akan tetapi tidak sampai menjadi pertentangan atau konflik.

c. Konflik

Adalah proses sosial antar perorangan atau kelompok masyarakat tertentu, akibat adanya perbedaan paham dan kepentingan yang sangat mendasar, sehingga menimbulkan adanya semacam gap atau jurang

pemisah yang mengganjal interaksi sosial di antara mereka yang bertikai tersebut.

Interaksi sosial dapat diartikan sebagai hubungan sosial yang dinamis. Hubungan sosial yang dimaksud dapat berupa hubungan antara individu yang satu dengan individu lainnya, antara kelompok yang satu dengan kelompok lainnya, maupun antara kelompok dengan individu. Dalam interaksi juga terdapat simbol, di mana simbol diartikan sebagai sesuatu yang nilai atau maknanya diberikan kepadanya oleh mereka yang menggunakannya.

Dari pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa interaksi sosial merupakan hubungan timbal balik antara dua orang individu atau lebih yang mana individu tersebut akan mempengaruhi individu lain dengan tujuan untuk penyesuaian diri.

2.6 AIDDA

Dalam penelitian ini, penulis juga membandingkan masalah yang diteliti dengan salah satu teori komunikasi efektif yang dijelaskan oleh Wilbur Scharm. Komunikasi yang efektif disebut dengan istilah “A-A *procedure*” atau proses “*from attention to action*”. Yaitu dalam proses ini, komunikator harus berusaha untuk terlebih dahulu membangkitkan Kesadaran (*awareness*) komunikan. Bila kesadaran sudah bangkit, komunikator juga harus berusaha untuk membuat perhatian (*interest*) komunikan, agar komunikan berkeinginan untuk mengambil sebuah keputusan (*decision*) untuk selanjutnya baru terjadi pelaksanaan (*action*). Konsep AIDDA ini adalah proses psikologis dari diri khalayak.

Berdasarkan konsep AIDDA agar khalayak melakukan *action*, maka pertama-tama mereka harus dibangkitkan kesadaran (*awareness*) sebagai awal suksesnya komunikasi. Apabila kesadaran komunikan telah terbangkitkan, hendaknya disusul dengan upaya menumbuhkan perhatian (*interest*), Keinginan (*desire*) adalah kelanjutan dari perhatian yang merupakan titik tolak bagi timbulnya keputusan (*decision*) untuk melakukan suatu kegiatan yang diharapkan komunikator.

Hanya ada keinginan saja pada diri komunikan, bagi komunikator belum berarti apa-apa, sebab harus dilanjutkan dengan datangnya keputusan (*decision*), yakni keputusan untuk melakukan pelaksanaan (*action*) sebagaimana diharapkan komunikator. Model perencanaan komunikasi AIDDA sifatnya linear dan banyak digunakan dalam kegiatan penyuluhan dan pemasaran komersial. Model AIDDA adalah kependekan dari: *Awareness, interest, desire, decision, dan action*.

Kesadaran (*awareness*) adalah langkah pertama yang harus dibuat seseorang pemasaran atau penyuluhan kepada khalayak yang menjadi target sasaran. Kesadaran disini tertuju pada produk, barang, atau ide (gagasan) yang ditawarkan. Sejauh mana target sasaran menghindari manfaat barang yang ditawarkan itu. Untuk itu seorang pemasar atau petugas penyuluhan harus mampu menunjukkan kegunaan barang yang ditawarkan itu kepada target sasaran (konsumen).

Perhatian (*interest*) ialah munculnya minat target sasaran (khalayak) untuk memiliki barang yang ditawarkan oleh pemasar. Perhatian ini bisa saja muncul karena apa yang ditawarkan itu adalah sesuatu yang baru-baru belum pernah lihat

sebelumnya. Selain karena manfaatnya, bisa juga karena barang yang ditawarkan kemasannya secara menarik sehingga menimbulkan minat calon pembeli untuk memilikinya.

Keinginan (*desire*) adalah proses yang terjadi setelah timbul perhatian calon pembeli atau target sasaran pada barang yang ditawarkan. Pada tahap ini pembeli memiliki keinginan untuk memiliki setelah menimbang manfaat atau kegunaannya. Para pemasar usaha berusaha memberi sentuhan kejiwaan (psikologis) calon pembeli dengan cara-cara yang lebih persuasif, sehingga keinginan itu makin timbul untuk memilikinya atau mengikuti ajarannya jika apa yang ditawarkan itu berupa gagasan dari seorang penyuluh Keputusan (*decision*) adalah tindakan yang dilakukan oleh calon pembeli dalam bentuk eksekusi, yakni memutuskan untuk memiliki barang yang ditawarkan tadi setelah menimbang manfaat serta melihat kemungkinan dana yang tersedia.

Tindakan (*action*) adalah perlakuan yang dibuat oleh pembeli setelah memiliki barang itu dalam bentuk sisi. Misalnya mau mengonsumsi atau menggunakannya sesuai dengan harapan ketika ia berniat memilikinya. Sudah tentu sebagai barang yang dibeli akan dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan dan untuk menciptakan kepuasan pada diri. Model ini sebenarnya sudah lama dan beberapa pakar sudah mencoba melakukan modifikasi, namun model dasarnya tetap digunakan, selain karena sederhana juga lebih mudah diaplikasikan pada hal-hal yang bersifat praktis.

Dari teori tersebut dapat dijelaskan bahwa dalam komunikasi yang efektif, terlebih dahulu komunikator harus berusaha membangkitkan kesadaran komunikan (dalam hal ini adalah pendengar), hingga dapat memunculkan perhatian disusul dengan adanya sebuah keinginan agar terjadi sebuah keputusan dan tindakan terhadap apa yang di komunikasikan tersebut.

BAB III

METODE PENELITIAN

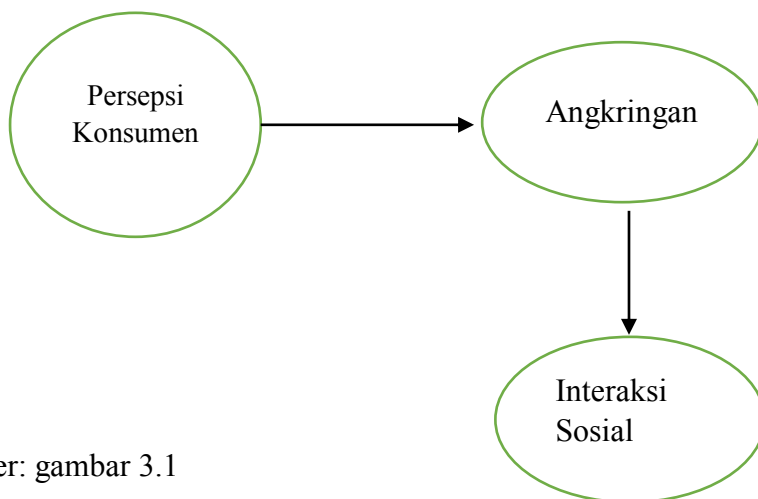
3.1 Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017) menyatakan bahwa “Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme atau enterpretatif, digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dokumentasi), data yang diperoleh cenderung kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena”.

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi instrumen atau penelitian adalah peneliti itu sendiri. Peneliti kualitatif sebagai human instrument, berfungsi sebagai menetapkan fokus penelitian, memilih narasumber sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan data, dan membuat kesimpulan atas temuannya. Instrumen penelitian yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan lembar observasi dan peneliti juga terjun langsung ke lapangan melihat bagaimana proses kegiatan penelitian berlangsung.

3.2 Kerangka Konsep

Kota Medan merupakan kota yang mempunyai daya tarik bagi para pendatang untuk mencari peruntungan dengan mencari peluang kerja atau mendirikan usaha sendiri. Sedangkan angkringan adalah sebuah usaha di bidang perdagangan atau jual beli yang menu makanannya dapat dikatakan unik, di kota Medan khususnya Jalan Pasar III Simpang Krakatau banyak bermunculan bisnis angkringan. Angkringan di Kota Medan menjadi tempat berinteraksi dan konsumsi bagi semua lapisan sosial dalam masyarakat, mulai lapisan menengah kebawah sampai lapisan menengah ke atas, mulai dari pelajar, pekerja, dan mahasiswa, dari anak-anak, anak muda sampai orang tua. Ini berarti bisnis angkringan di kota Medan memiliki peminat (konsumen) cukup banyak dan sifat manusia yang cenderung bersifat konsumtif serta lebih praktis dengan makanan cepat saji maka peneliti melihat adanya peluang bisnis angkringan di Kota Medan. Untuk mempermudah penjelasan ini, konsep penelitian sebagai berikut:



Sumber: gambar 3.1

3.3 Definisi Konsep

Definisi konsep adalah penjabaran mengenai kerangka konsep untuk memperjelas dan menyederhanakan beberapa konsep uraian teoritis dalam penelitian maka peneliti menyederhanakan beberapa konsep tersebut sebagai berikut:

1. Persepsi Konsumen yaitu proses dimana kita memilih, mengatur, dan menterjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti, bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya. Dengan adanya itu semua, persepsi akan timbul.
2. Angkringan yaitu sebuah usaha di bidang perdagangan atau jual beli yang menu makanannya dapat dikatakan unik dan menjadi tempat berinteraksi dan konsumsi bagi semua lapisan sosial dalam masyarakat.
3. Interaksi Sosial yaitu hubungan timbal balik antara individu dengan individu maupun kelompok, atau kelompok dengan kelompok. Interaksi sosial bisa terjadi dimana saja, termasuk di lingkungan sekitar kita dalam kehidupan sehari-hari.

3.4 Kategorisasi

Berdasarkan kerangka konsep diatas, lebih lanjut lagi agar teori tersebut jelas penggunaannya maka teori yang ada diterjemahkan kedalam kategorisasi sebagai berikut:

Tabel 3.1

No	Kategorisasi	Indikator
1	Persepsi Konsumen Terhadap Angkringan	- Stimulus - Interpretasi - Pengorganisasian
2	Interaksi Sosial	- Asosiatif - Akomodasi - Asimilasi - Akulturasi - Disosiatif

1. stimulus ditandai dengan reaksi-reaksi untuk mencapai tujuan.
2. Interpretasi merupakan pemberian, pendapat, atau pandangan teoritis terhadap sesuatu
3. Pengorganisasian yaitu proses, cara, perbuatan untuk mengorganisasi
4. Asosiatif yaitu bentuk interaksi sosial positif, yang mengarah pada kesatuan dan kerja sama.
5. Akomodasi adalah langkah yang ditempuh untuk mengatasi konflik atau masalah antar dua pihak
6. Asimilasi adalah proses adaptasi dua kebudayaan yang melahirkan budaya baru
7. Akulturasi adalah proses adaptasi dengan tetap mempertahankan kebudayaan lama.
8. Disosiatif merupakan interaksi sosial yang mengarah ke bentuk perpecahan atau merenggangkan solidaritas.

3.5 Narasumber

Pada penelitian ini yang menjadi narasumber adalah konsumen di Angkringan Titik Nol Jalan Pasar 3 Simpang Kratakau, Kota Medan, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* (sampling purposif). Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat Peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dapat dijadikan sebagai informan penelitian.

Adapun kriteria informan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Konsumen yang sudah mampir lebih dari 2-3 kali
2. Konsumen yang berumur 18-25 tahun

Adapun narasumber dalam penelitian ini terdiri dari 6 orang yang terdiri dari 3 laki-laki dan 3 perempuan yang Peneliti temui di angkringan tersebut. Jadi, narasumber yang telah ditetapkan dalam penelitian ini memenuhi kriteria yang telah ditentukan, salah satunya yang dapat memberikan jawaban mengenai permasalahan penelitian bagaimana Persepsi Konsumen Terhadap Angkringan Titik Nol terhadap Interaksi Sosial di Jalan Pasar 3, simpang Krakatau Kota Medan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara ialah usaha mengumpulkan informasi dengan mengajukan sejumlah pertanyaan secara lisan, untuk dijawab secara lisan pula. Dalam penelitian ini wawancara digunakan untuk mendapatkan

informasi yang lebih utuh untuk memperkuat data yang diperoleh dari observasi. Adapun informan yang diwawancarai terdiri dari laki-laki dan perempuan yang berada di Angkringan Titik Nol dan memenuhi kriteria. Agar wawancara berjalan dengan baik, maka penulis terlebih dahulu menyiapkan daftar pertanyaan wawancara.

b. Wawancara Mendalam (*indepth interview*)

Wawancara mendalam (*indepth interview*) merupakan metode pengumpulan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, pewawancara, dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Dengan demikian, kekhasan wawancara mendalam adalah keterlibatannya dalam kehidupan informan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan data yang diperoleh melalui dokumen-dokumen berupa foto, laporan penelitian, dan lain-lain (Sadiah, 2015: 88). Jadi pada tahap dokumentasi, peneliti berupaya mengumpulkan dokumen-dokumen berupa foto ataupun data-data lama yang dapat digunakan sebagai penguat penelitian berdasarkan dokumentasi tersebut.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Moleong (2011: 248) Teknik analisis data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan pada orang lain. Dalam menentukan teknik analisis data, penulis menggunakan model analisis Miles dan Huberman (1992) sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini termasuk data wawancara, atau memilah dan menyusun data tersebut kedalam jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.

b. Reduksi data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menggolongkan, serta membuang yang dianggap tidak diperlukan. mengorganisasikan data-data yang telah di reduksi dan merangkum hal-hal pokok pada data yang telah diperoleh.

c. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data dilakukan apabila data yang sudah direduksi kemudian dibuat menjadi teks yang bersifat naratif, agar memudahkan menentukan rencana kerja yang selanjutnya.

d. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Penarikan kesimpulan ialah data yang sudah disajikan kemudian di analisis berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan. Penarikan kesimpulan dijabarkan ke dalam bentuk naratif.

3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian bertempat di Jalan Pasar 3, Simpang Krakatau, Kecamatan Medan Timur, Kota Medan. Adapun waktu yang dipergunakan dalam penelitian ini mulai bulan Juli 2021 sampai dengan Oktober 2021.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan hasil penelitian dan menyajikan data yang telah diperoleh melalui wawancara, wawancara mendalam, serta dokumentasi yang disertai dengan penjelasan yang akan mempermudah dalam melakukan pembahasan hasil penelitian.

4.1. Profil Angkringan Titik Nol Medan

Angkringan Titik Nol buka di tahun 2020 yang terletak di jl. Pasar 3 Simpang Krakatau kota Medan. Angkringan Titik Nol ini didirikan oleh 3 anak muda yaitu Rizki Damanik, Ori Rizki, dan Ahmad Muhajir sejak Desember. Mereka membangun sebuah tempat nongkrong bagi pencinta kuliner khas jogja seperti kopi joss dan wedang udhu. Salah seorang pemilik, Rizki Damanik mengatakan bahan-bahan pembuatan tersebut di datangkan langsung dari kota asalnya.

Angkringan Titik Nol adalah angkringan pertama di Kota Medan yang menyediakan minuman khas jogja yaitu kopi joss. Kopi joss merupakan kopi yang berasal dari Kota Jogjakarta dengan komposisi dimasukkannya arang khusus yang sudah di bakar. Selain itu, sajian Wedang Udhunya dengan rempah-rempah seperti lengkuas dan lainnya. Selain menjual minuman, di tempat ini juga menjajakan makanan ringan yang cocok ketika berkumpul bersama teman maupun keluarga. Angkringan Titik Nol pun juga menyediakan cemilan khas jogja seperti tempe bacem, sosis bakar, nasi bakar dan lainnya. Harga yang

terbilang murah membuat angkringan sangat populer di tengah kota sebagai tempat persinggahan untuk mengisir lapar atau sekedar melepas lelah.

Berikut profil pemilik Angkringan Titik Nol

1.



Nama : Muhammad Rizki Damanik

Posisi : Humas, Kerjasama, Orang Dapur

2.



Nama : Ahmad Muhazir

Posisi : Keuangan dan Orang Dapur

3.



Nama : Ori Rizki

Posisi : Logistik dan Racikan Bumbu

4.2. Hasil Penelitian

4.2.1. Persepsi Konsumen Terhadap Angkringan Titik Nol

Angkringan titik nol merupakan salah satu bentuk konsep penjualan makanan maupun minuman yang biasanya berupa warung bergerobak dengan tenda sederhana dan waktu oprasionalnya sore hingga malam hari. Angkringan mempunyai ciri khas pada gerobak yang digunakan. Menu makanan dan minumannya pun terbilang murah penjualan kuliner dengan konsep angkringan pada saat ini diterima oleh masyarakat.

Hal ini tidak terlepas dengan aspek kemudahan akses dan harga makanan dan minuman yang diujakan di angkringan. Kemudahan akses merupakan salah satu alasan kenapa angkringan titik nol diminati masyarakat. Angkringan dapat dijumpai hampir disetiap tempat dengan suasana yang santai memberikan sesansi tersendiri bagi konsumen sehingga betah berlama-lama. Angkringan biasanya berlokasi di tempat ramai sehingga perlu menjaga ketertiban untuk menciptakan kenyamanan bagi konsumen dan masyarakat umum.

4.2.2. Angkringan Titik Nol bisa menarik minat pengunjung

Minat adalah keadaan dalam diri yang mempunyai perhatian terhadap objek yang disenangi. Minat pengunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Kotler dan Keller (2014), menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan Tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu objek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata.

Konsumen atau pengunjung telah memilih terhadap tempat tersebut telah meyakini bahwa tempat yang mereka dapatkan adalah tempat yang terbaik diantara berbagai pilihan yang ada. Selanjutnya konsumen tersebut akan melakukan keputusan berkunjung sesuai dengan apa yang mereka butuh dan harapkan.

Mengingat kembali bahwa Angkringan Titik Nol bisa menarik minat pengunjung dikarenakan ketertarikan pada suatu objek yang disukai.

Berdasarkan jawaban dari beberapa narasumber, narasumber memiliki jawaban yang berbeda pada hasil dari pertanyaan tentang angkringan titik nol bisa menarik minat pengunjung.

Rizki Damanik atau biasa di kenal dengan sapaan 'kidam' yang berumur 26 tahun beliau juga bekerja di PT Pelindo 1 di belawan. Selain bekerja di PT Pelindo 1 informan satu ini merupakan salah satu pemilik Angkringan Titik Nol saat diwawancari pada tanggal 21 September 2021 di Angkringan Titik Nol menyampaikan pendapatnya:

“Hal yang bisa menarik minat pengunjung itu dari kopi joss dan wedang udhunya karena kami mendatangkan bahan-bahan pembuatannya tersebut langsung dari Yogyakarta, agar rasa dan kualitasnya tidak berubah”

Evan Zulfan Effendi atau biasa dikenal dengan sapaan 'epan' yang berumur 22 tahun ia seorang mahasiswa. Saat diwawancari pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Hal menarik yang diberikan itu dari desain tempatnya baru suasananya, gerobaknya kemudian konsep angkringan titik nol ini membuat kita yang lagi nongkrong seperti berasa di jogja pokoknya bisa dibilang hampir mirip seperti di jogja. Jadi gak usah jauh-jauh datang ke jogja kalau mau ke angkringan kan di medan udah ada hehe”

Wanda Tia Anjela atau biasa dikenal dengan sapaan 'wanda' berumur 21 tahun ia seorang mahasiswa universitas harapan. Selain mahasiswa informan ketiga ini juga bekerja sebagai admin di bengkel Helvetia. Saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Hal menariknya angkringan titik nol ini disini itu menyediakan kuliner khas jogja seperti nasik kucing, tempe bacem, sosis bakar dan lainnya. Dari situlah hal yang menariknya menurut saya karena saya juga penasaran sama menu makanannya setelah sudah tau, oh seperti ini rupanya menu yang ada di angkringan titik nol”.

Dhila anisa suri biasa dikenal dengan sapaan ‘dila’ berumur 23 tahun ia baru saja menyelesaikan perkuliahannya. Informan keempat ini saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Yang menariknya angkringan kan sekarang lagi tren tuh jadi yaudah dari pada penasaran pas kebetulan kawan ngajak joinlah jadinya”

Budi satria biasa dikenal dengan sapaan ‘budi’ informan kelima ini berumur 20 tahun dan bekerja di alfamart dibagian Gudang saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menariknya Angkringan Titik Nol ini suasananya sih karena benar-benar seperti di jogja, selain itu cuman di Angkringan Titik Nol jl. Pasar 3 yang menyediakan minum kopi joss”

Putri Syakira biasa dikenal dengan sapaan ‘kira’ informan yang keenam ini 20 tahun saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Katanya sih yang menarik disini itu kopi jossnya, berhubungan saya tidak suka kopi jadinya saya hanya memesan makanan ringannya aja”



Gambar 4.1 Kopi Joss Angkringan Titik Nol 2021

Seperti yang dikatakan di atas oleh narasumber, Angkringan Titik Nol bisa menarik minat pengunjung dapat dilihat dari ciri khas kopinya yang secara langsung mendatangkan bahan-bahannya dari jogja dan memiliki konsep yang persis sama seperti di jogja.

Dengan demikian, pada dasarnya apapun menu yang ada di angkringan jika memiliki ciri khas masing-masing dimanapun terletak angkringan itu pasti akan banyak peminatnya karena kualitas Angkringan tersebut cukup menarik.

4.2.3. Memilih Angkringan Titik Nol sebagai tempat berkumpul

Angkringan telah menjadi fenomena atau malah mungkin budaya baru yang menjawab kebutuhan masyarakat modern. Berkurangnya ruang publik yang

nyaman dan fleksibel membuat angkringan menjadi ruang alternatif yang perlahan menjadi pilihan utama untuk berinteraksi dan bersosialisasi baik bersama keluarga maupun teman-teman. Gaya hidup yang mengalir melalui secangkir kopi menjadikan angkringan sebagai pilihan gaya hidup yang bisa didapatkan, diisi ulang, atau bahkan ditingkatkan (Tucker, 2011: 6-7). Keberadaan orang memilih Angkringan sebagai tempat alasan tentu menjadi fenomena yang menarik dan berdampak bagi kehidupan sosial kita, terutama soal bentuk interaksi yang terjadi.

Berdasarkan jawaban dari beberapa narasumber, narasumber memiliki jawaban yang berbeda mengenai pertanyaan tersebut.

Dhila anissa suri biasa dikenal dengan sapaan 'dila' berumur 23 tahun yang baru aja menyelesaikan perkuliahannya. Informan ini saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Yang saya lihat Angkringan Titik Nol ini bisa dijadikan tempat nongkrong-nongkrong anak muda selain tempat yang mendukung soal hargapun tidak terbilang mahal”

Evan Zulfan Effendi saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Pandangan saya sih tempatnya seru untuk berkumpul, biarpun seru untuk berkumpul tapi disini juga taat akan protokol kesehatan kok”

Rizki Damanik saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut saya Angkringan Titik Nol cocok untuk dijadikan tempat bersantai, dikarnakan tempatnya luas dan nyaman. Untuk harga

angkringan ini terbilang cukup murah dan untuk sajian makanan ringannya memiliki cita rasa yang berbeda dari angkringan lainnya”.

Wanda Tia Anjela saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Yang saya lihat itu ya Angkringan Titik Nol ini cocoklah dijadikan tempat untuk kumpul-kumpul sama teman, selain itu harga makanan dan minumannya tidak menguras kantong. Jadi menurut saya konsep angkringan ini serupa dengan konsep angkringan jogja maka dari itu saya rasa tidak perlu jauh-jauh ke jogja karena di medan sudah ada”

Budi Satria saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut saya menunya menarik dan angkringan ini jika weekend Angkringan Titik Nol menyediakan live musik”

Putri Sakira saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Karena Angkringan Titik Nol setiap hari jumat sering membuat promo”



Gambar 4.2 Pelanggan Menikmati Suasana di Angkringan



Gambar 4.3 Gerobak Hidangan di Lokasi Angkringan



Gambar 4.4 Layout Depan Angkringan

Seperti yang dikatakan oleh narasumber di atas, Angkringan Titik Nol merupakan salah satu tempat yang cukup menarik untuk dijadikan tongkrongan anak muda dengan harga yang relatif dan terjangkau.

Dengan demikian Angkringan Titik Nol termasuk salah satu tempat favorit tongkrongan kalangan muda.

4.2.4. Golongan Angkringan Titik Nol

Golongan sosial adalah suatu kesatuan manusia yang ditandai oleh ciri-ciri tertentu dan mempunyai ikatan identitas sosial, identitas sosial tumbuh dan berkembang sebagai respon terhadap pihak luar ketika memandang golongan sosial tersebut.

Menurut Paul B. Horton (1984), kelas sosial dapat diartikan sebagai suatu strata (lapisan) orang-orang yang berkedudukan sama dalam kontinum (rangkaiannya kesatuan) status sosial, dan para anggota suatu kelas sosial saling memandang satu sama lainnya sebagai anggota masyarakat yang setara, serta menilai diri mereka secara sosial lebih hebat dari beberapa orang lain dan lebih rendah daripada beberapa orang lainnya, dan untuk menebak kelas sosial orang secara tepat, maka seseorang membuat beberapa pertanyaan yang kemudian itu dapat menentukan kelas sosialnya di masyarakat, misalnya; “pada acara pesta makan malam siapa mereka diundang sebagai anggota masyarakat yang setara, para anggota suatu kelas sosial tertentu kerap kali mempunyai jumlah uang yang sama, namun yang lebih penting lagi mereka memiliki sikap, nilai-nilai, dan cara hidup yang sama sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya.

Kelas sosial tidak di tentukan secara tegas sebagai pengelompokan status seperti halnya sistem kepangkatan dalam angkatan bersenjata, status sosial bervariasi dalam suatu kontinum, suatu garis kemiringan yang bertahap dari puncak ke bawah, bukannya sejumlah tangga. Sebagaimana halnya “usia tua” merupakan fase-fase dalam kontinum “usia muda” “setengah baya” maka sama sebenarnya bahwa kelas sosial pun dapat dilihat dari sebagai beberapa fase sepanjang kontinum status seseorang. Oleh karena itu, dari beberapa jumlah kelas sosial, tidaklah pasti dan tidak terdapat pula suatu batas atau jarak status yang tegas dan jelas.

Kelas sosial atau golongan sosial merujuk pada stratifikasi (penggolongan) antara insan atau kelompok manusia dalam masyarakat atau budaya. Berdasarkan karakteristik stratifikasi sosial, dapat ditemukan beberapa pembagian kelas atau golongan dalam masyarakat.

Rizki Damanik (pemilik Angkringan Titi Nol) saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Jika ditanya untuk kalangan tertentu atau semua kalangan, menurut saya untuk semua kalangan. Kenapa? karena di angkringan kita tidak ada yang namanya batasan usia untuk bisa mencicipi atau menikmati makanan khas daerah jogja ini. Kalangan orangtua pun pasti ingin juga untuk bisa mencicipi makanan khas itu sendiri ataupun merasakan sensasi yang mirip dengan angkringan di jogja. Apa lagi alasan paling kuatnya itu di *pricelist* (harga), dengan harga yang bisa dibilang cukup murah tidak menguras

kantong sekalipun dapat dipastikan semua kalangan pasti ingin mencoba makanan ataupun sensasi dari angkringan itu sendiri. Yang kita ketahui angkringan juga menjual makanan dan minuman khas jogja yaitu dari luar kota kita pasti banyak sekali orang yang berminat untuk bisa mencoba dan merasakannya. Jadi pada intinya menurut saya angkringan cocok untuk semua kalangan. Dari kalangan anak muda sampai ke kalangan orangtua”.

Putri Sakira saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut saya semua kalangan, karena Angkringan Titik Nol menjual makanan yang semua orang masuk untuk membelinya”.

Evan Zulfan Effendi saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Semua kalangan bisa datang ke Angkringan ini karena Angkringan Titik Nol ini tidak ada memandang golongan muda-mudi ataupun yang sudah tua.

Wanda Tia Anjela saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Dari berbagai kalangan diperbolehkan berkunjung ke Angkringan Titik Nol, hal ini menunjuk kan bahwasannya angkringan ini dibuka secara umum tanpa adanya perbedaan usia”.

Dhila Anisa Suri saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut saya, tidak adanya larangan untuk berkunjung ke angkringan titik nol ini sendiri menjadi salah satu konsep yang sangat baik, karena mereka menganggap semua orang baik anak anak, remaja maupun orangtua boleh berkunjung ke angkringan titik nol. jadi konsep yang mereka ambil ini adalah salah satu konsep yang cukup aman”.

Budi Satria saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Semua kalangan diperbolehkan untuk mampir ke Angkringan Titik Nol, hal ini menunjukkan bahwa memang benar Angkringan Titik Nol tidak membatasi usia jadi siapa saja boleh mampir kesini”.

Seperti yang disampaikan oleh narasumber di atas, Angkringan Titik Nol sama sekali tidak memandang golongan usia jadi wajar saja kalau Angkringan Titik Nol dipilih oleh semua kalangan.

Dengan demikian golongan sosial lebih disebabkan oleh adanya suatu kesadaran dalam kelompok golongan sosial sebagai akibat respon terhadap cara pandang orang luar terhadap kelompok.



Gambar 4.5 Pemilik Berfoto Dengan Pelanggan



Gambar 4.6 Pelanggan Memilih Varian Kuliner



Gambar 4.7 Pelanggan dan Kuliner Pilihannya

4.2.5. Isi pesan komunikasi terhadap Angkringan titik Nol

Dalam proses komunikasi, pesan dapat diartikan sebagai informasi atau sesuatu yang disampaikan pengirim (sumber/komunikator) kepada penerima (komunikan). Biasanya pesan yang disampaikan memiliki inti pesan yang merupakan suatu yang mengarah kepada tujuan akhir dari penyampainya pesan tersebut. Pesan dapat disampaikan melalui berbagai cara, seperti tatap muka atau melalui media massa. Isi pesan dapat berupa ilmu pengetahuan, hiburan, nasihat, dan juga berupa motivasi semangat hidup.

Komunikasi merupakan suatu cara individu untuk melakukan interaksi dengan individu orang lain. Tanpa komunikasi, individu akan sulit untuk mengungkapkan keinginan, pendapat dan menjalankan hubungan silaturahmi

dengan individu yang lain. Komunikasi sangat erat hubungannya dengan kehidupan sosial individu.

Hadirnya manusia dengan kebutuhan akan pesan dari interaksi membawa konteks dengan pertukaran pesan sangat penting keberadaanya. Muncullah istilah “*communication*” yang berasal dari kata lain “*communicare*” yang berarti *to talk together, confer discourse and consult with another*. Istilah tersebut dikemukakan oleh Sir Geral Barry yang kemudian memaparkan bahwa dengan komunikasi orang memperoleh pengetahuan, informasi dan pengalaman, serta sangat diperlukannya saling pengetian, adanya percakapan, interaksi, kepercayaan dan control (Sunarjo, 1991: 16).

Wanda Tia Anjela saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Pesan saya terhadap Angkringan Titik Nol, semoga angkringan ini semakin maju, semakin banyak tambahan varian menu yang menarik dan tetap menjaga konsisten dalam penjualan agar semakin banyak pengunjung yang betah dan menjadikan Angkringan Titik Nol menjadi tempat berkumpul Bersama orang yang kita sayang”.

Dhila Anisa Suri saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Semoga Angkringan ini bisa memberikan berkah kepada pemiliknya dan bisa buka cabang baru lagi”

Budi Satria saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Mudah-mudahan Angkringan Titik Nol semakin luas usaha, semakin memberikan kepercayaan terhadap konsumen dan untuk lahan parkirnya bisa di perluas lagi”

Evan Zulfan Effendi saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Semoga sukses terus kedepannya diberikan berkah agar bisa buka Angkringan lagi”

Putri Sakira saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Pesan saya terhadap Angkringan Titik Nol ini mudah-mudahan tetap bisa mempertahankan angkringan ini dan terus semangat saat menjalankan hari-hari”.

Dengan demikian pesan yang disampaikan terhadap Angkringan memberikan motivasi, tanggapan atau respon yang positif dari setiap konsumen untuk Angkringan Titik Nol. Sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

4.2.6. Interaksi Sosial dalam Angkringan Titik Nol

Interaksi sosial adalah syarat utama bagi terjadinya aktivitas sosial yang hadirnya kenyataan sosial, kenyataan sosial didasarkan pada motivasi dan tindakan-tindakan sosialnya. Ketika berinteraksi seorang individu tau kelompok sosial sebenarnya tengah berusaha atau belajar bagaimana memahami tindakan sosial seorang individu atau kelompok sosial lainnya. Interaksi sosial akan berjalan dengan tertib dan teratur dan anggota masyarakat bisa berfungsi secara

normal, yang diperlukan bukan hanya kemampuan untuk bertindak sesuai dengan konteks sosialnya, tetapi juga memerlukan kemampuan untuk menilai secara objektif perilaku pribadinya dipandang dari sudut sosial masyarakatnya (Narwoko, 2004:21).

Manusia adalah makhluk sosial yang diciptakan untuk berinteraksi antara satu sama lain. Dari interaksi sosial ini timbul hubungan timbal balik yang akan tercapai sebuah tatanan hidup yang kompleks dan memerlukan aturan hukum yang mengikat. Bentuk umum proses sosial adalah interaksi sosial yang juga dapat dinamakan proses sosial. Oleh karena itu interaksi sosial merupakan hubungan-hubungan sosial yang dinamis yang menyangkut hubungan antara orang perorangan dengan kelompok manusia. Apabila dua orang bertemu maka interaksi sosial dimulai pada saat itu. Mereka saling menegur, berjabat tangan, saking berbicara, bahkan berkelahi, aktivitas semacam itu merupakan bentuk atau pola interaksi sosial.

Wanda Tia anjela saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Interaksi sosialnya menurut saya berjalan baik-baik saja di Angkringan Titik Nol karena pemilik ataupun konsumen yang lain saling menegur dan saling menghargai satu sama lainnya walaupun kita tidak kenal tapi interaksi sosialnya tetap berjalan dengan baik”.

Dhila Anisa Suri saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut saya positif, hal ini dibuktikan Angkringan Titik Nol tercipta suasana yang damai, semua Bahagia, bersenda gurau, Bersama tanpa adanya batasan strata sosial. Semua orang menikmati hidangan yang tersedia disini, sambil berinteraksi satu sama lain”.

Evan Zufan Effendi saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Interaksi sosial di Angkringan Titik Nol ini sangat positif, karena banyak kalangan yang berinteraksi disini meskipun tak saling kenal”.

Putri Sakira saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Sangat positif dan sangat membantu, karena tempatnya bisa dijadikan untuk ngerjain tugas sama teman-teman, dan bisa dijadikan tempat untuk bersantai”.

Budi Satria saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut saya positif, Angkringan Titik Nol juga terkenal sebagai tempat yang egaliter karena bervariasinya pembeli yang datang tanpa membedakan strata sosial”.

Rizki Damanik saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut saya iya, karena selain saya yang mendapatkan hal positif para

konsumenpun juga mendapatkan hal positif, seperti menamabah teman baru jadi kita disini saling memberikan interaksi sosial yang positif dan saling menghargai satu sama lain”.

Dengan demikian interaksi dalam Angkringan Titik Nol memberikan pengaruh yang positif hal ini dibuktikan dengan adanya konsumen saling menghargai, saling menegur meskipun tak saling kenal, silaturahmi tetap berjalan terkait dengan hubungan interaksi sosial.

4.2.7. Pelayanan dan penyediaan Angkringan Titik Nol

Pelayanan adalah proses pemahaman kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung (Moenir 2005:16). Kebutuhan-kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan fisik, kebutuhan sosial, dan kebutuhan psikologis.

Tiga dimensi utama sebagai alternatif dari dimensi kualitas layanan menurut Brady dan Cronim 2005: 252 yaitu:

1. Kualitas interaksi, kontak yang terjadi pada proses penyampaian jasa dalam penentuan antara penyedia jasa dengan konsumen, dan hal tersebut merupakan kunci penentu dari evaluasi yang dilakukan konsumen terhadap kualitas pelayanan.
2. Kualitas hasil, sebagai evaluasi yang dilakukan konsumen terhadap hasil dari aktivitas layanan jasa yang diterimanya, termasuk ketepatan waktu dalam pelayanan jasa.
3. Kualitas lingkungan, terkait dengan seberapa jauh dan seberapa besar fitur berwujud dari proses penyampaian layanan yang kemudian memainkan dalam pelayanan jasa.

Evan Zulfan Effendi saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Pelayanan di Angkringan Titik Nol memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen dan pada saat mengantar pesanan mereka melakukan interaksi sosial terhadap konsumennya terbilang pelayan dan konsumen saling memberikan respon yang baik”

Budi Satria saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut saya pelayanan di Angkringan Titik Nol terbilang *friendly* kenapa? Karena di Angkringan Titik Nol bisa sesukanya mengambil makanan sendiri, jadi saya rasa pelayanan mereka saat menyediakan atau mengantarkan pesanan sudah sangat efektif”

Putri Sakira saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Saya rasa sudah karena selama saya ke tempat Angkringan Titik nol ini mereka memperlakukan konsumennya dengan ramah, mudah berinteraksi kepada pengunjung dan tidak membeda-bedakan bahkan sesekali mereka mengajak ngobrol”

Pelayanan yang bagus dan baik memang yang diharapkan oleh konsumen. Konsumen merasa puas jika mereka terpenuhi dan merasa gembira karena harapannya sudah terlampaui. Kepuasan yang tinggi akan menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen sehingga akan mempengaruhi perkembangan suatu bisnis.

Dhila Anisa Suri saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut saya pelayanan dan penyediaan menu sudah cukup bagus cuman kalau bisa untuk penyediaan menu makanan boleh sedikit ditambahkan biar makin ramai”

Wanda Tia Anjela saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Pelayanan dan penyediaan Angkringan Titik Nol saya merasa cukup puas kerena apa yang diharapkan konsumen sesuai dengan keinginan jadi tidak membuat kecewa para konsumen (pengujung) yang mampir ke angkringan ini”

Rizki Damanik saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Saya merasa bersyukur alhamdulillah bisa melayani konsumen dengan sopan dan baik karena dengan itu konsumen merasa lebih dihormati sehingga menjadikan kepercayaan kepada konsumen itu sendiri”.

Dari jawaban narasumber di atas, bahwa mereka merasa puas dengan cara memberikan pelayanan yang baik dan menciptakan hubungan timbal balik (saling menguntungkan) dalam jangka Panjang.

Dengan demikian melakukan hubungan yang baik dengan konsumen maka usaha Angkringan Titik Nol yang dijalankan akan berkembang, dengan melakukan silaturahmi dapat memberikan jaringan atau hubungan yang luas dan semakin banyak informasi yang didapat serta dukungan dari berbagai kalangan.

4.2.8. Penyesuaian konsumen terhadap interaksi pengunjung Angkringan Titik Nol

Menurut Sunarto 2006 penyesuaian diri dapat diartikan atau dideskripsikan sebagai berikut:

1. Penyesuaian berarti adaptasi, dapat mempertahankan eksistensinya atau bisa *survive* memperoleh kesejateraan jasmaniah dan rohaniah dan dapat mengadakan relasi yang memuaskan dengan tuntunan sosial.
2. Penyesuaian dapat diartikan sebagai konformitas, yang berarti menyesuaikan sesuatu dengan standar atau prinsip.
3. Penyesuaian dapat diartikan sebagai penguasaan, yaitu memiliki kemampuan untuk membuat rencana dan mengorganisasi respon sedemikian rupa, sehingga bisa mengatasi segala macam konflik, kesulitan, dan frustrasi secara efisien.
4. Penyesuaian dapat diartikan penguasaan dan kematangan emosional, ialah secara positif memiliki respon emosional yang tepat pada setiap situasi.

Calhoun dan Acocella (2007) menyatakan bahwa penyesuaian diri adalah interaksi individu yang terus-menerus dengan dirinya sendiri, orang lain dan dengan lingkungan sekitar tempat individu hidup. Ada dua aspek penyesuaian diri yaitu:

1. Penyesuaian pribadi

Kemampuan individu untuk menerima dirinya sendiri sehingga tercapai hubungan yang harmonis antara dirinya dengan lingkungan sekitarnya.

2. Penyesuaian sosial yang terjadi dalam lingkup hubungan sosial tempat individu hidup dan berinteraksi dengan orang lain.

Wanda Tia saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut saya menyesuaikan dengan kondisi para konsumen kalau di tegur, saya tegur balik jadi ada saling memberi *feedback* yang baik”

Dhila Anisa Suri saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menyesuaikan diri yaitu memberikan *feedback* yang baik dengan sopan agar kami (para konsumen) saling nyaman saat dengan berinteraksi secara langsung”

Evan Zulfan Effendi saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut saya menyesuaikan diri dengan para konsumen dilihat dari tingkah laku atau dari penampilan, karena saya rasa kalau sedang berinteraksi dengan orang lain harus memiliki attitude”.

Putri Sakira saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Kalau menyesuaikan paling dengan tingkah laku, jika pengunjung memberi respon yang baik maka saya akan memberikan *feedback* sama seperti pengunjung lakukan kepada saya”

Budi Satria saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Kalau saya tergantung pengunjung yang ada di Angkringan Titik Nol ini karena tidak semua pengunjung bisa di ajak berinteraksi pasti salah satu dari mereka ada yang tidak nyaman kalau tiba-tiba seperti disenyum atau ditegur jadi kesannya saya terlihat cari perhatian di depan mereka”.

Dengan demikian manusia sebagai makhluk sosial dituntut untuk mampu mengatasi segala masalah yang timbul sebagai hasil dari interaksi dengan sosial dan mampu menampilkan diri sesuai dengan aturan dan norma yang berlaku. Untuk menampilkan diri sesuai dengan aturan yang berlaku dalam kehidupan masyarakat diperlakukan penyesuaian diri individu terhadap lingkungan sekitarnya termasuk di Angkringan Titik Nol.

4.2.9. Proses akulturasi dalam interaksi sosial terhadap pengunjung di Angkringan Titik Nol

Proses akulturasi tidak terjadi begitu saja tanpa sebab. Ini hanya bisa timbul, ketika suatu kelompok masyarakat atau kebudayaan akan berhadapan dengan unsur kebudayaan baru atau asing. Akulturasi tidak bisa terjadi dalam waktu singkat. Dibutuhkan waktu cukup yang lama agar sebuah kebudayaan asing bisa terserap dalam kebudayaan lokal dan kemudian menciptakan kebudayaan Sebuah kebudayaan baru. Hal ini terjadi, agar kebudayaan asing yang masuk itu bisa diterima, dan akan melewati proses seleksi.

Dimana unsur-unsur yang dianggap sesuai dengan kebudayaan lama akan diterima dan unsur-unsur yang bertentangan akan ditolak. Dengan demikian, pada nantinya kebudayaan baru yang dihasilkan merupakan penyempurnaan dari kebudayaan lama atau asli, ditambah dengan unsur kebudayaan baru yang

memiliki kesesuaian. Hasil proses akulturasi ditentukan oleh kekuatan setiap budaya. Semakin kuat suatu budaya maka semakin cepat mempengaruhi budaya lain.

Adapun dua aspek jenis akulturasi antara lain:

1. Akulturasi Damai

Unsur-unsur budaya asing dibuat secara damai dan diterima secara baik oleh masyarakat tanpa adanya paksaan.

2. Akulturasi Ekstrim

Unsur-unsur budaya asing dibawa masuk dan paksa untuk diterima oleh masyarakat.

Evan Zulfan Effendy saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Pengunjung di angkringan titik nol ini dari beragam budaya”

Wanda Tia Anjela saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut saya pengunjung yang datang ke Angkringan Titik Nol bukan cuman hanya budaya jawa beragam budaya juga dapat datang ke angkringan ini”

Budi Satria saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Yang pasti pengunjung disini tidak hanya dari satu budaya saja akan tetapi lebih banyak yang datang ke Angkringan Titik Nol seperti orang jawa karena Angkringan inikan berasal dari jogja”

Dhila Anisa Suri saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Pengunjung yang datang ke Angkringan Titik Nol pastinya bermacam-macam budaya”

Putri Sakira saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut saya pengunjung yang datang ke Angkringan Titik Nol bukan cuman hanya budaya jawa beragam budaya juga dapat datang ke angkringan ini”

Dapat disimpulkan bahwa pengunjung yang datang ke Angkrian Titik Nol tidak hanya berasal dari jogja melainkan beragam budaya.

4.2.10. Pandangan konsumen terhadap Angkringan Titik Nol dengan Angkringan yang lain

Dhila Anisa Suri saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut saya angkringan titik nol memiliki sesuatu yang berbeda dari angkringan lainnya, yang menjadi perbedaan itu adalah suasananya yang bisa dibilang nyaman untuk melakukan interaksi bersama teman maupun keluarga, dikarnakan fasilitas yang di berikan cuman lengkap dan nyaman bersih. Bukan berarti angkringan lain tidak bersih dan nyaman hanya saja angkringan titik nol memiliki daya tarik yang lebih sehingga kami para konsumen memilih angkringan titik nol sebagai tempat melakukan interaksi sosial”.

Evan Zulfan Effendy saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut saya angkringan titik nol ini berbeda dari angkringan lain yang dikota medan dari menu suasana tempat dan desain tempatnya sangat berbeda”.

Putri Sakira saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut pribadi saya sebenarnya sama saja angkringan titik nol dengan yang lain, tetapi angkringan titik nol mungkin lebih mempunyai daya tarik ya untuk memikat konsumen agar berkunjung ke angkringan titik nol ini. Jujur menurut saya pribadi saya tertarik berkunjung kesini (angkringan titik nol) dikarnakan adanya minuman yang cukup khas di jogja yaitu minuman wedang kayu manis yang membuat saya tertarik untuk berkunjung. Bisa dibilang juga untuk porsi makanan yg di sajikan atau dijual sama saja dengan angkringan yang lain, ya mungkin itu saja yang bisa saya utarakan”.

Budi Satria saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Sebenarnya sama saja akan tetapi bedanya di angkringan titik nol nilah yang hanya menyediakan minuman khas jogja ya kopi jossnya”.

Wanda Tia Anjela saat diwawancarai pada tanggal 21 September 2021 menyampaikan pendapatnya:

“Menurut pribadi saya sebenarnya sama aja angkringan titik nol dengan

yang lain, tetapi angkringan titik nol mungkin lebih mempunyai daya tarik ya untuk memikat konsumen agar berkunjung ke angkringan titik nol ini”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa jawaban dari narasumber diatas adalah Angkringan Titik Nol memiliki keistimewaan tersendiri yaitu menyediakan minuman khas dari jogja, oleh karena itu setiap angkringan pasti memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing.

4.3 PEMBAHASAN

Pada sub bab metode penelitian telah dijelaskan bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sebagai makhluk yang terlahir sebagai makhluk sosial, manusia akan melakukan komunikasi dengan orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi memiliki pengertian proses penyampaian pesan dari individu kepada individu lain dengan menggunakan berbagai macam lambang maupun simbol tertentu. Dalam proses komunikasi tersebut terdapat interaksi simbolik, dimana pikiran manusia mengartikan dan menafsirkan benda-benda dan peristiwa-peristiwa yang dialaminya. Esensi interaksi simbolik adalah suatu aktifitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna.

Berdasarkan temuan peneliti di lapangan dalam hasil data wawancara yang telah peneliti peroleh dapat dipaparkan bahwasanya, persepsi konsumen terhadap angkringan titik nol sebagai tempat interaksi sosial terbilang tidak sulit dikarenakan interaksi pada konsumen berjalan dengan baik hal ini dibuktikan

dengan persepsi konsumen telah memilih angkringan titik nol sebagai tempat interaksi sosial.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti mereka mengungkapkan bahwa Angkringan Titik Nol merupakan salah satu tempat favorit yang cukup menarik untuk dijadikan tongkrongan anak muda maupun orang tua dengan harga yang relatif dan terjangkau.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian ini, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dalam penelitian Persepsi Konsumen Terhadap Angkringan Titik Nol Sebagai Tempat Interaksi Sosial yaitu:

1. Persepsi konsumen terhadap angkringan titik nol sebagai tempat interaksi sosial yaitu Angkringan titik nol merupakan salah satu bentuk konsep penjualan makanan maupun minuman yang biasanya berupa warung bergerobak dengan tenda sederhana. Konsumen atau pengunjung telah memilih tempat tersebut meyakini bahwa tempat yang mereka dapatkan adalah tempat yang terbaik diantara berbagai pilihan yang ada oleh karena itu angkringan cocok dijadikan sebagai tempat favorit untuk berinteraksi.
2. Bentuk interaksi sosial masyarakat yaitu para pengunjung angkringan melakukan interaksi terhadap pengunjung lainnya berdasarkan hal-hal kecil. Seperti, meminta tolong untuk mengambilkan tisu yang memang penjual hanya menyiapkan terbatas dan pengunjung di tuntut untuk saling tolong dan berbagi. Kemudian tidak jarang akan berlanjut dengan obrolan-obrolan hangat layaknya seperti keluarga.

Aktivitas-aktivitas yang terbentuk sebagai akibat dari adanya interaksi sosial yang terjalin diantara para sesama pengunjung dan pemilik angkringan dapat diklasifikasikan ke dalam suatu bentuk proses asosiasi.

5.2 Saran

1. Angkringan Titik Nol harus tetap mempertahankan dan meningkatkan konsep angkringan, harga, dan fasilitas karena secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Meningkatkan kepuasan juga bisa dilakukan dengan lebih memperhatikan kerapihan disetiap sudut tempat yang ada di angkringan.
2. Bagi penelitian selanjutnya yang berminat untuk mengadakan penelitian dengan topik yang sama, semoga penelitian ini bisa menjadi acuan dan bahan tambahan tentang interaksi yang terjadi di dalam angkringan.
3. Bagi mahasiswa agar dapat melihat serta tidak memandang sebelah mata lagi tempat-tempat yang dinilai rendah selama ini ternyata banyak makna yang terkandung didalamnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Rahman saleh, *Psikolgi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*, (Jakarta: Kencana, 2004),
- Arbany Nurul Aini, *Arena Angkringan, Demokrasi Masyarakat Perkotaan dengan Simbolisme Kejawaan (Studi Kasus Tiga Angkringan di Jakarta)*, Skripsi, Jakarta: Universitas Jakarta, 2013,
- Alex Sobur, *Psikologi Umum dalam Lintas Sejarah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2013),
- AZ, Nasution, 2001, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Diadit Media: Yogyakarta.
- Azizah Risyda, *Angkringan sebagai unsur tradisional tempat interaksi sosial masyarakat perkotaan (studi deskriptif analisis di Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan)*. Skripsi, Yogyakarta: Universitas Islam Negeri, 2015,
- Chaplin, James P. 2011. *Kamus Psikologi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Fadila, Dewi dan Sari Lestari Zainal Ridho, 2013. *Perilaku Konsumen*. Palembang: Citrabooks Indonesia
- Gerungan. (2010). *Psikologi Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2013),
- Ling, Jonathan dan Jonathan Calting, 2012. *Psikologi Kognitif*. Jakarta: Erlangga.
- Moleong, L.J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung:PT Remaja Rosdakarya.
- Nugroho J Setiadi, *Prilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian, Pemasaran*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2013).
- Parek, *Metode Belajar dan Kesulitan-kesulitan Belajar*, (Bandung: Tarsito, 1984),
- Sadiyah, Dewi, *Metode Penelitian Dakwah: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya 2015.
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitaif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Soerjono Seikanto, *Sosiologi Suatu Pengantar* (Cet. Ke-43): Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010),

Soyomukti, Nurani. (2010). *Pengantar Sosiologi: Dasar Analisis, Teori, & Pendekatan Menuju Analisis Masalah-Masalah Sosial, Perubahan Sosial, & Kajian-kajian Strategis*. Jogjakarta: AR-RUZZ MEDIA.

Zulian Yamit dalam Anjar Rahmulyo, “*Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas Depok I di Sleman*” (Skripsi, UII, 2008)

Jurnal

Sri Handayani, (2012). Aspek Hukum Perlindungan Konsumen dalam Pelayanan Air Bersih pada PDAM Tirtasari Binjai. *Jurnal Non Eksakta* (Volume 4 Nomor 1).

Sumber lain :

rojokopi.blogspot. Senin, 11 November 2013. *sejarah-asal-mula-angkringan*.

<http://rojokopi.blogspot.co.id/2013/11/sejarah-asal-mula-angkringan.html> Diakses pada: 2 Januari 2017

Wikipedia. *Angkringan*

<https://id.wikipedia.org/wiki/Angkringan> Diakses pada: 3 Januari

sosiologis.com. (2017, Deember 6). Interaksi Sosial: Pengertian dan Contohnya.

Retrieved from sosiologis.com: <http://sosiologis.com/interaksi-sosial>



Unggul, Cerdas & Terpercaya
menjawab surat ini agar disebarkan
lor dan langgalnya

073.17.311

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 • (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: http://www.umsu.ac.id E-mail: rektor@umsu.ac.id

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Sk-1

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 11 Februari 2021

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : M. Zahwa Hapsani
N P M : 1703110140
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 116 sks, IP Kumulatif 2,23

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

No	Judul yang diusulkan	Tersetujui
1	Persepsi Konsumen Terhadap Anggaran Titik Nol sebagai Tempat Interaksi Sosial.	✓ 29/2-2021
2	Analisis Obor Wisata searah Tong Api	
3	Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemecatan Terhadap Obor Wisata Sawah Liris	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SP² tahap berjalan;
2. Daftar Ke-najuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 11 Februari 2021

Ketua,

Pemohon,

(M. Zahwa Hapsani)

PB: Kertamasari, N. A. S.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fisip.umsu.ac.id> ✉ fisip@umsu.ac.id [umsu.medan](https://www.facebook.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.instagram.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://twitter.com/umsu.medan) [umsu.medan](https://www.youtube.com/umsu.medan)

PERPANJANGAN TERAKHIR
SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING
Nomor : 239/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,
setelah memperhatikan :

1. Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 1231/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 Tanggal 19 Rabiul Awal 1443H/26 Oktober 2021 M;
2. Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 239/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 tgl. 23 Februari 2021 yang telah berakhir masa berlakunya tanggal 23 Februari 2022;

Memberikan **Perpanjangan Masa Berlakunya Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 239/SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2021 tgl. 23 Februari 2021** untuk Mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **MUHAMMAD ZAHWA HAPSANI**
NPM : 1703110140
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : IX (Sembilan) Tahun Akademik 2021/2022
Judul Skripsi : **PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ANGKRINGAN TITIK NOL SEBAGAI TEMPAT INTERAKSI SOSIAL**

Pembimbing : **NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.**

Selama 3 (Tiga) Bulan sampai tanggal **24 April 2022** dengan ketentuan :

1. Penulisan Skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/II.3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Surat Perpanjangan Penetapan Judul Skripsi dan Naskah Skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sampai batas tanggal **24 April 2022** dan atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 21 Jumadil Akhir 1443 H
24 Januari 2022 M

Dekan



Dr. ARIENY SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402



Tembusan

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Sebagai tanda terima surat ini agar disebarkan
kepada pihak yang bersangkutan dan langganannya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20236 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : http://www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 02-07 - 2021

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : M. Zahwa Hapsani
N P M : 1703110140
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing Nomor 239/SK/IL.S/UMSU-03/F/2021 tanggal 02 - 07 - 2021 dengan judul sebagai berikut :

Persepsi Konsumen Terhadap Angkerngank Htkc nol Sebagai Tempat Interaksi Sosial.

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir ASLI;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP warna BIRU.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui :

Pembimbing

(.....)

Pemohon,

Zahwa Hapsani
(M. Zahwa Hapsani)



Nomor : 801/JUND/II.3-AU/UMSU-03/F/2021

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Sabtu, 31 Juli 2021
Waktu : 09.00 WIB s.d. 12.00 WIB
Tempat : Online/Daring
Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom.

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL SKRIPSI
1	MUHAMMAD ZAHWA HAPSANI	1703110140	SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom.	PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ANGKRINGAN TITIK NOL SEBAGAI TEMPAT INTERAKSI SOSIAL
2	ARYANDA AZMAN TARIGAN	1703110016	SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.	PERAN COPYWRITING MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN TERHADAP PRODUK WEST BURGER
3					
4					
5					

Medan, 19 Dzulhijjah 1442 H

29 Juli 2021 M



Dr. Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20232 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website : <http://www.umsu.ac.id> E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : M. ZAHWA HAPSANI
N P M : 1703110140
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Persepsi Konsumen Terhadap Angketan TIKK WOL
Sebagai Tempat Interaksi Sosial

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	11/06-21	Bimbingan proposal pertama	
2	02-07-21	Bimbingan proposal kedua	
3	12-07-21	Bimbingan revisi untuk sempro.	
4	26-07-21	Acc Sempro	
5	25-08-21	Bimbingan draft wawancara.	
6	07-09-21	Acc draft wawancara.	
7	03-12-21	Bimbingan penulisan skripsi	
8	27-01-22	Bimbingan revisi penulisan skripsi	
9	02/02-22	ACC sedang skripsi	

Medan, 02/02 - 2022.

Dekan,

Ketua Jurusan,

Pembimbing,

(Dr. Annelisa Sekeloa, S.Sos., M.Ps)

Akhyar Ansari, S.Sos., M.I.Kom (MURHASANAH ALAWATI), S.Sos., M.I.Kom

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 456/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2022

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Selasa, 29 Maret 2022
Waktu : 08.00 WIB s.d. Selesai
Tempat : Ruang 208-209 FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJUI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
6	MUHAMMAD ZAHWA HAPSANIP	1703110140	Dr. MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom.	PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP ANGKRINGAN TITIK NOL SEBAGAI TEMPAT INTERAKSI SOSIAL
7	IZKY RAHMAYANI	1803110228	ABRAR ADHANI, S.Sos, M.I.Kom.	FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	KOMUNIKASI INTERPERSONAL KEPALA DESA DALAM MEMBINA ORAGNISASI KEPEMUDAAN DI DESA KARANG ANYAR
8	NINDIA AFLARISA	1803110225	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom.	SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	PERSONAL BRANDING ZAHIR BUPATI KABUPATEN BATU BARA DALAM AKTIFITAS SOSIAL DI MEDIA INSTAGRAM
9	NANDITA ANDRAWI SYAHILAH	1803110011	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom.	SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom.	MAKNA MAKE UP BAGI SISWI SMK TRITECH INDONESIA DALAM MENINGKATKAN KEPERCAYAAN DIRI
10	MUHAMMAD DAFFA GUNAWAN	1803110001	NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom.	SIGIT HARDIYANTO, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.	ANALISIS PERAN HUMAS PT. PERKEBUNAN NUSANTARA III SUMATERA UTARA DALAM KEGIATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BIDANG USAHA MIKRO KECIL MENENGAH

Notulis Sidang :

Total : 16 Mahasiswa

Medan, 23 Syaban 1443 H
26 Maret 2022 M

Ditetapkan oleh :
Prof. Dr. Idris Muhammad Arifin, SH, M.Hum
Rektor



Panitia Ujian

Sekretaris



ABRAR ADHANI, S.Sos., M.I.Kom

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.