

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut sejarah, modernisasi ialah proses menuju perubahan sistem sosial, ekonomi, dan politik yang telah maju di Eropa Barat dan Amerika Utara dari abad ketujuhbelas hingga Sembilanbelas kemudian menyebar ke negara- negara Eropa lain dan dari abad kesembilan belas dan kedua puluh ke negara Amerika Selatan, Asia, dan Afrika (Eisenstadt dalam Kanto, 2006, h. 2). Modern merupakan bahasa latin yaitu *moderneus* sesuatu yang terjadi, sebagai sesuatu yang tidak modren, yang menekankan dengancara berpikir baru (*new ways to thinking*) dimana orang-orang menciptakan dan membuat masyarakat modern dengan ciri perkembangan baru, kapasitas untuk mengerti bahasa alam dan menerapkannya bagi kesejahteraan manusia (Effendy, 2007, h. 97). Modernisasi adalah perubahan total masyarakat tradisional dan pra-modern ke tipe masyarakat teknologi dan organisasi sosial yang menyerupai kemajuan Dunia Barat yang ekonominya makmur dan situasi politiknya stabil (Moore dalam Kanto, 2006, h.1-2). Secara relatif, modernisasi ialah suatu proses perubahan dalam segala aspek kehidupan pada masyarakat tradisional (pramodern) menuju ke arah yang lebih maju (modern).

Modernisasi atau modernitas saling berkaitan. Dapat dilihat dari perspektif proses kejadian sejarah dunia, dimana modernitas berkaitan untuk terobosan kesadaran, etika, moral, tatanan sosial bagi peningkatan kesejahteraan, serta teknologi (Tiryakian dalam Kanto, 2006, h.2). Modernitas turut mempengaruhi perkembangan suatu kota atau negara, baik dari segi ekonomi maupun gaya hidup aktivitas milenial masyarakat.

Giddens (dalam Ibrahim, 1996, h.14) mengatakan modernitas, diri (self) yang menjadi suatu cerminan, artinya diperlukan keterbukaan tak terbatas terhadap makna gaya hidup aktivitas milenial. Hal tersebut diperkuat dengan asumsi Chaney (1996) bahwa gaya hidup aktivitas milenial merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa disebut modernitas. Artinya, siapa pun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup aktivitas milenial untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Ugi (2013) juga menjelaskan bahwa gaya hidup aktivitas milenial adalah bagaimana pola kebiasaan dan gaya kelompok sosial tertentu dalam melakukan rutinitas praktik sosial sehari-hari di dalam ruang dan waktu. Sedangkan Piliang (2004) mengartikan gaya hidup aktivitas milenial (lifestyle) sebagai cara hidup yang diidentifikasi untuk orang yang menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang dianggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), serta apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga lingkungan disekitarnya (pendapat).

Gaya hidup merupakan aktivitas milenial mendasari sifat seseorang dalam bertindak atau menjalani kehidupan sehari-hari. Chaney (dalam Ibrahim, 1996, h. 13-14) mengatakan perkembangan gaya hidup aktivitas milenial dan perubahan struktural modernitas saling terhubung melalui reflektivitas institusional: karena “keterbukaan” (openness) kehidupan sosial masa dikini, pluralisasi konteks tindakan dan aneka ragam “otoritas”, pilihan gaya hidup aktivitas milenial semakin penting dalam penyusunan identitas diri dan aktivitas keseharian. Sama halnya dengan gaya hidup aktivitas milenial, kebudayaan menjadi landasan seluruh bangunan hidup manusia (Maran, 2000, h. 4). Hal ini diperkuat oleh pendapat Ting Toomey (dalam Rahardjo, 2005, h. 49-51) bahwa: “Budaya sebagai komponen dari usaha manusia untuk bertahan hidup (survive) dan berkembang dalam lingkungan pertukaran mereka, memiliki

beberapa fungsi, yaitu identity meaning function, budaya memberikan kerangka referensi untuk menjawab pertanyaan paling mendasar dari keberadaan manusia “siapa saya”.

Penganut teori-teori sosial berpandangan bahwa pengalaman interaksi sosial yang dialami individu merupakan alat untuk mengubah ide atau pandangan mereka mengenai diri mereka berdasarkan situasi di mana mereka berada (Morisson, 2013, h. 110). Mead (dalam Morisson, 2013, h.110-111) mengajarkan bahwa makna muncul sebagai hasil interaksi di antara manusia baik secara verbal maupun nonverbal, melalui aksi dan respons yang terjadi dengan memberikan makna ke dalam kata-kata atau tindakan, dan olehsebabitu suatu peristiwa dapat dipahami dengan cara-cara tertentu. Masyarakat muncul dari percakapan yang saling berkaitan di antara individu. Seseorang memahami dan berhubungan dengan berbagai hal atau objek melalui interaksi sosial.

Kafe merupakan produk yang dibawa oleh modernitas, hingga saat ini kafe dijadikan pilihan sebagai bagian dari gaya hidup aktivitas milenial masyarakat. Menurut Kusasi (2010), pada awal munculnya, budaya kafe sebagai gaya hidup aktivitas milenial merupakan budaya elite dimana hanya masyarakat dari golongan orang kaya yang menjadikan kegiatan ke kafe sebagai gaya hidup aktivitas milenial. Sedangkan orang-orang dari golongan bawah hanya menikmati waktu luangnya di warung-warung kopi yang memang dari segi harga jauh lebih terjangkau. Akan tetapi, kini budaya kafe menjadi budaya massa yang diadopsi oleh semua golongan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Budaya massa ialah budaya yang dinikmati oleh sebagian masyarakat (Kayam, 1997).

Habermas (dalam Herlyana, 2013) mengartikan Coffee Shop atau Coffee House (dalam arti kedai kopi) berasal dari bahasa perancis, yaitu kafe, yang artinya kopi. Davis dan Halley

(1992) menjelaskan bahwa coffee shop ialah suatu usaha di bidang minuman dan makanan yang dikelola secara komersial yang menawarkan para tamu berbagai variasi menu kopi juga makanan ringan dengan pelayanan dalam suasana tidak formal tanpa diikuti suatu aturan yang berlaku. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah kafe /ka.fe yang berarti tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman seperti kopi, teh, bir, kue-kue, dan sebagainya.

Kafe adalah sebuah tempat yang menyerupai restoran dengan skala penyajian makanan dan minuman yang lebih sederhana dan bersifat casual dengan alunan musik sebagai hiburan (Ugi, 2013). Kafe dijadikan sebagai tempat untuk bersantai dan menghabiskan waktu luang bersama dengan teman atau rekan. “The kafe is a hive of gossip, which has social grooming function” (Dunbar, 1997 dalam Stafford, 2003). Dari seluruh penjelasan di atas, Penulis menyimpulkan pengertian kafe adalah suatu tempat yang tidak hanya menyediakan berbagai jenis kopi dan minuman lain non alkohol, tetapi juga menyediakan suasana yang nyaman dan santai dilengkapi dengan fasilitas tertentu.

Elemen penting dari sebuah kafe sejak awal adalah fungsi sosialnya, yakni: menyediakan tempat agar orang dapat bertemu, ngobrol, menulis, membaca, baik sendiri maupun bersama teman-teman (Kusasi, 2010). Hal tersebut serupa dengan apa yang diasumsikan oleh Ompusunggu dan Djawahir (2016), pada awalnya berkumpul di kafe hanyalah sebatas aktivitas untuk mengisi waktu luang dan beristirahat. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan di kafe biasa disebut dengan istilah *nongkrong*. Seperti yang dijelaskan oleh Echa, salah satu pemilik kafe di Kota Pematangsiantar, “biasanya memang kafe dijadikan tujuan untuk *nongkrong*”.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), istilah *nongkrong* berasal dari kata tongkrong /tong.krong/ me.nong.krong artinya berjongkok, duduk-duduk saja karena tidak

bekerja, berada di suatu tempat. Menurut Mira (dalam Pramita dan Pinasti, 2016), *nongkrong* bermakna kongko-kongko bersama teman, biasanya seumuran, melibatkan pembicaraan dari yang remeh sampai serius, dan biasanya dilakukan di kedai kopi, atau kafe. Alasan *nongkrong* merupakan salah satu alasan orang-orang atau kelompok tertentu menjadikan kafe sebagai tempat berkomunikasi dan berinteraksi dalam berkumpul atau sekedar menghabiskan waktu.

Penelitian mengenai gaya hidup aktivitas milenial dan kafe atau warung kopi telah banyak dilakukan, salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Marthin Pangihutan Ompusunggu dan Ahmad Helmy Djawahir, Mahasiswa Pasca Sarjana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (2014) tentang Gaya hidup aktivitas milenial dan Fenomena Perilaku Konsumen pada Warung Kopi di Malang dengan menggunakan metode kualitatif fenomenologis. Terkait dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian tersebut membahas aktivitas di warung kopi sebagai suatu refleksi kebutuhan yang penting bagi konsumen, dan didorong oleh gaya hidup aktivitas milenial ngopi. Penelitian tersebut menggunakan analisis gaya hidup aktivitas milenial AIO (Activity, Interest, Opinion) tentang bagaimana warung kopi dijadikan wadah atau media bagi setiap konsumen untuk menyalurkan aktivitas, perilaku, dan gaya hidup aktivitas milenial dalam kehidupan sehari-hari melalui warung kopi.

Gaya hidup aktivitas milenial modern dapat dikatakan sebagai gaya hidup aktivitas milenial masyarakat urban (Soewondo, 1996). Kata urban menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) yaitu berkenaan dengan kota; bersifat kekotaan. Sub-urban berarti dekat dengan urban atau sifat kekotaan. Sebagai produk yang menjadi karakteristik kelompok- kelompok masyarakat urban, kafe saat ini mulai memasuki daerah sub-urban. Salah satunya adalah Kota Pematangsiantar. Kota Pematangsiantar merupakan daerah sub-urban yang berada dekat dengan

kota-kota besar di Sumatra utara, yaitu Medan, Binjai, dan lain-lain. Tidak sedikit masyarakat Kota Pematangsiantar yang memilih untuk merantau ke kota besar, baik untuk menimba ilmu maupun untuk mencari nafkah sehingga apa yang menjadi kebiasaan sampai budaya mereka di kota besar turut mempengaruhi budaya mereka saat kembali ke kampung halaman, salah satunya adalah budaya *nongkrong* di kafe (Syafdan, 2021).

Kebudayaan merupakan sistem untuk mengorganisasikan simbol-simbol hasil ciptaan bersama yang digunakan bersama-sama untuk memenuhi kebutuhan anggota kelompok yang diwujudkan dalam proses komunikasi antar anggota kelompok tersebut. Isi kebudayaan itu diadaptasi ke dalam suatu proses yang disebut “adaptasi budaya” yang terjadi tatkala para individu atau kelompok menggunakan peta persepsi yang mereka miliki lalu membangun suatu gambaran atau struktur kognisi tentang dunia lingkungan mereka (liliweri, 2011, h. 5). Budaya *nongkrong* di kafe tidak hanya menjadi daya tarik masyarakat sebagai pengunjung saja, namun juga menjadi daya tarik bagi para pengusaha kafe di Kota Pematangsiantar. Meski bukan kota besar, menjamurnya kafe di Kota Pematangsiantar menjadi bukti bahwa Kota Pematangsiantar mampu menerima budaya dari kota-kota besar dan mengadaptasi budaya tersebut ke dalam kehidupan sehari-hari.

Mahzab dalam penelitian ini menggunakan mahzab *chicago school*. Mahzab *chicago school* mengidentifikasi individu bersifat kreatif, inovatif, dan bebas mendefinisikan setiap institusi dalam cara-cara yang tidak diprediksi. Diri dan masyarakat dipandang sebagai suatu proses dan bukan struktur, oleh karena itu, mengabaikan proses akan menjadikan esensi hubungan sosial tersebut hilang

Mahzab chicao school identik dengan tema perubahan sosial dan politik yang terjadi di masyarakat. Dalam penelitian ini, aktivitas *nongkrong* di kafe saat ini merupakan perubahan sosial yang dialami kelompok masyarakat di Kota Pematangsiantar terutama bagi pengunjung kafe. Sebelumnya aktivitas *nongkrong* di kafe bukan menjadi prioritas utama kelompok masyarakat karena pada awalnya image kafe di Kota Pematangsiantar terkesan negatif. Namun seiring dengan arus modernisasi, kafe menjadi sebuah kebutuhan yang dimaknai sebagai salah satu ritual komunikasi bersama kelompok. Aktivitas *nongkrong* di kafe dianggap sebagai sebuah ritual dalam berinteraksi sosial dalam kelompok tertentu, yakni pengunjung kafe yang melakukan aktivitas *nongkrong* sebagai salah satu bentuk interaksi sosial. Aktivitas *nongkrong* di kafe saat ini dikatakan sebagai suatu budaya yang diciptakan oleh kelompok masyarakat sebagai wadah untuk berkumpul dan berinteraksi dengan anggota kelompok dan orang lain.

Peneliti melakukan pra-penelitian pada bulan Maret 2021 terhadap pemilik kafe di Kota Pematangsiantar. Hasil dari pra-penelitian tersebut menunjukkan bahwa salah tujuan para pemilik kafe mendirikan kafe di Kota Pematangsiantar adalah ingin memajukan Kota Pematangsiantar dari segi kuliner karena pemilik kafe merasa Kota Pematangsiantar perlu mengikuti perkembangan jaman, para pemilik kafe pernah berkunjung atau bekerja di kota besar bahkan luar negeri dan turut merasakan perkembangan modernitas di daerah atau negara tersebut sehingga mereka menerapkan dan mengadopsi pengalaman tersebut di Kota Pematangsiantar. Pemilik kafe beranggapan budaya *nongkrong* di kafe di kota besar maupun luar negeri dapat diterima dan diadopsi oleh masyarakat Kota Pematangsiantar sebagai gaya hidup aktivitas milenial baru. Hal tersebut menunjukkan bahwa arus modernitas dari kota besar maupun negara lain saat ini mampu mempengaruhi gaya hidup aktivitas milenial masyarakat Kota

Pematangsiantar, salah satunya adalah *nongkrong* di kafe yang dianggap sebagai budaya baru dan menjadikan *nongkrong* di kafe sebagai sebuah gaya hidup aktivitas milenial.

Proses perubahan jangka panjang dari pendatang dalam beradaptasi dengan tanah air baru mereka disebut dengan akulturasi, yang melibatkan proses pengkondisian jangka panjang pendatang baru dalam mengintegrasikan nilai-nilai baru, norma, dan simbol-simbol budaya baru mereka, dan mengembangkan peran dan keterampilan baru untuk memenuhi tuntutan mereka (Ting-Toomey, 1999, h. 235). Menjamurnya kafe di Kota Pematangsiantar menunjukkan terjadinya akulturasi dan asimilasi budaya oleh masyarakat Kota Pematangsiantar. Menurut Kim (dalam Mulyana dan Rakhmat, 2010, h. 139) akulturasi pada akhirnya akan mengarah kepada asimilasi. Asimilasi adalah jenis adaptasi budaya di mana seseorang individu menyerah terhadap identitas budayanya sendiri dan mengadopsi identitas budaya yang mendominasi di tempat itu, dengan kata lain, dalam asimilasi pendatang tidak ingin mempertahankan identitas budayanya yang terisolasi melainkan ingin menjaga hubungan dengan kelompok-kelompok lain dalam budaya baru, sehingga ia bisa lebih diterima oleh orang-orang dalam budaya baru tersebut (Martin dan Nakayama, 2010, h. 314).

Syafdan (2021) berpendapat bahwa bagaimanapun tipe kafe, pada dasarnya kafe ingin menciptakan suasana yang nyaman untuk pelanggan, seperti internet gratis, tempat duduk yang nyaman, dan kopi yang enak. Hal tersebut mampu membuat seseorang betah untuk berlama-lama di kafe, senada dengan jawaban informan yang memilih kafe sebagai tempat *nongkrong* adalah karena suasana atau atmosfer kafe yang memberikan rasa nyaman, Wi-Fi gratis, tempat duduk yang nyaman, dan rasa kopi atau minuman yang enak. Persoalan modernisasi adalah masalah kebahagiaan, dalam upaya mencapai kebahagiaan masyarakat terjadi pertarungan antara kelompok tertentu dengan selera tertentu di satu pihak dan kelompok lain yang mempunyai

selera lain di lain pihak, masing-masing berusaha menciptakan masyarakat yang sesuai dengan selernya sendiri-sendiri (Effendy, 2007, h. 97).

Derwentiana & Darmawan (2008) menjelaskan karakteristik kafe yang ada di kota besar sebagai berikut: “kafe sebagai wakil dari kedai kopi kelas atas (middle high) memiliki pengguna yang tidak sembarang orang, karena pengguna harus bersedia mengeluarkan sejumlah uang cukup besar untuk satu cangkir gelas kopinya. Konsep ruang yang bisa ditawarkan adalah konsep lounge café, dengan menempatkan sofa-sofa empuk di dalam ruangan atau konsep meja dan kursi taman untuk bagian outdoornya. Selain itu, sudah menjadi standar fasilitas kafe yaitu menyediakan fasilitas Internet Wifi. Dari elemen- elemen fasilitas ini, dapat dipastikan bahwa citra yang ingin ditampilkan pada ruang kafe adalah ruang tersebut dapat digunakan dengan nyaman oleh konsumen dan dapat dinikmati dengan waktu yang cukup lama. Untuk menu kopi yang ditawarkan cukup beragam, seperti jenis hot coffee dan cold coffee dan desain penyajiannya sangat menarik dan menggugah selera. Selain menawarkan beragam jenis ramuan kopi, mereka juga menawarkan beberapa jenis makanan pendamping, seperti roti dan kentang goreng. Dalam mengemas sajian, kafe menawarkan kopi-kopi dengan penampilan “ala Starbucks” ataupun ala restoran-restoran mewah. Harga produk yang ditawarkan biasanya beragam, dengan kisaran mulai Rp15.000-45.000,-“

Adaptasi kafe di Kota Pematangsiantar tidak meniru keseluruhan bentuk kafe seperti di kota-kota besar, namun lebih menyesuaikan dengan karakteristik masyarakat Kota Pematangsiantar dari segi arsitektur kafe, desain interior, harga makanan dan minuman, serta fasilitas yang diberikan agar kafe bisa tetap “hidup” dan dapat diterima dengan baik. Anggi (2021) mengatakan, “masyarakat Kota Pematangsiantar relatif menyukai makanan dan minuman

yang enak dengan harga murah, oleh karena itu tidak mungkin untuk menyajikan makanan dan minuman yang sama persis dengan kafe sesungguhnya seperti yang ada di Kota Medan”.

Keterbatasan lahan di Kota Pematangsiantar menjadikan bentuk kafe dengan ukuran minimalis, tidak seperti di Kota Besar dengan lahan atau tempat yang luas. Dari segi desain interior jika dibandingkan dengan kota besar, kafe di Kota Pematangsiantar lebih terkesan sederhana (tidak mewah). Untuk harga makanan dan minuman relatif terjangkau, berkisar antara Rp10.000 – Rp35.000,- menyesuaikan dengan karakteristik masyarakat Pematangsiantar yang ingin makanan dan minuman enak tapi murah (Yudi, 2021). Yudi juga mengaku, fasilitas yang paling utama dan dicari-cari oleh pengunjung adalah internet atau Wi-Fi.

Awalnya berkumpul di kafe hanyalah sebatas aktivitas untuk mengisi waktu luang dan beristirahat (Novi, 2021), namun saat ini kafe di Kota Pematangsiantar dijadikan sebagai tempat dengan banyak manfaat, diantaranya sebagai tempat transaksi jual beli, bisnis, meeting point, selfie, arisan, menyelesaikan permasalahan, dan reuni, bergantung pada kebutuhan individu atau kelompok tertentu. Sehingga dapat dikatakan, adopsi kafe dari kota-kota besar mengalami perubahan ketika diterapkan di Kota Pematangsiantar karena proses penyesuaian dengan budaya lokal dan karakteristik masyarakat Kota Pematangsiantar.

Penelitian ini menjadi menarik karena kafe yang merupakan produk budaya masyarakat urban diadopsi oleh daerah sub-urban seperti Kota Pematangsiantar dengan perubahan dari bentuk aslinya ketika diterapkan dan diadaptasi di Kota Pematangsiantar karena proses penyesuaian dengan budaya lokal dan karakteristik masyarakat Kota Pematangsiantar. Meski demikian, maraknya kafe di Kota Pematangsiantar yang sudah berubah dari bentuk asli kafe di

kota-kota besar memunculkan aktivitas *nongkrong* yang saat ini tengah marak di Kota Pematangsiantar.

Berdasarkan pada hasil wawancara terhadap enam informan (Syafdan, Anggi, Yudi, Novi, Yuni, Gilang) informan yang merupakan pengunjung kafe, diperoleh hasil bahwa mereka yang pernah memiliki pengalaman untuk keluar dari Kota Pematangsiantar ke kota besar dalam waktu tertentu, baik untuk menimba ilmu atau melakukan aktivitas *nongkrong* di kafe, ketika kembali ke Kota Pematangsiantar mereka membawa pengalaman mereka untuk menilai atau melihat aktivitas *nongkrong* di kafe yang ada di Kota Pematangsiantar dan membandingkannya dengan kota besar yang mereka datangi. Sehingga pada saat kemudian berdiri kafe di Kota Pematangsiantar, mereka kemudian menggunakan standart kafe pada waktu di kota besar ke kafe yang ada di Kota Pematangsiantar. Penilaian yang mereka berikan terhadap aktivitas *nongkrong* di kafe pada Kota Pematangsiantar cenderung bersifat negatif, seperti meremehkan dan menjelek- jelekan. Hal tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan melihat pemaknaan pengunjung kafe terhadap aktivitas *nongkrong* di kafe yang ada di Kota Pematangsiantar.

Merujuk pada penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk mengangkat tema penelitian dengan judul “Pemaknaan Aktivitas *Nongkrong* Di Kafe sebagai Aktivitas Milenial di Kota Pematangsiantar (Studi Fenomenologi Terhadap Pengunjung Kafe di Kota Pematangsiantar)” sebagai sesuatu yang menarik untuk diteliti.

B. Rumusan Masalah

Berikut permasalahan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Apa pemaknaan *nongkrong* di kafe sebagai aktivitas milenial di Kota Pematangsiantar?

2. Mengapa kafe dijadikan objek *nongkrong* bagi kelompok aktivitas milenial?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui, menjelaskan, dan menganalisis Pemaknaan Nongkrong Di Kafe Sebagai Aktivitas Milenial Di Kota Pematangsiantar

D. Manfaat Penelitian

- Manfaat Akademis

1. Penelitian ditujukan untuk memperluas kajian komunikasi dalam wawasan ilmiah mahasiswa pada bahasan komunikasi khususnya pada pemaknaan aktivitas milenial *nongkrong* di kafe
2. Memberikan kontribusi kepada Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, mengenai fenomena yang terjadi pada masyarakat sub-urban di era modern
3. Untuk memberikan referensi dan literatur penelitian khususnya yang mengkaji mengenai gaya hidup aktivitas milenial modern maupun interaksionisme simbolik, sehingga penelitian ini dapat menjadi rujukan di dalam perkembangan penelitian selanjutnya

- Manfaat Praktis

1. Untuk menampilkan fenomena *nongkrong* di kafe saat ini yang menjadi salah satu gaya hidup aktivitas milenial di Kota Pematangsiantar
2. Untuk memberikan pengetahuan mengenai gaya hidup aktivitas milenial pada pembaca
3. Sebagai bahan pengetahuan bagi penggemar *nongkrong* di kafe dalam menjalani aktivitas *nongkrong* mereka sebagai suatu gaya hidup aktivitas milenial modern

E. Etika Penelitian

Penelitian ini memakai etika dasar yang dimana narasumber bebas dalam menentukan apakah identitas dirinya bisa atau tidak ditampilkan. Peneliti membebaskan narasumber untuk memberi informasi. Prinsip etika yang diperhatikan sebagai berikut:

1. Dalam proses penelitian, peneliti dibebaskan dalam melakukan observasi dan wawancara selama mendapat persetujuan dari informan
2. Semua bentuk dokumentasi yang dipublikasikan berasal dari dokumentasi milik peneliti yang telah disetujui untuk dipublikasikan

