

**MOTIF EMPAT PEMILIK *COFFEE SHOP*
MEMILIH BARISTA PEREMPUAN
DI KOTA PADANG**

SKRIPSI



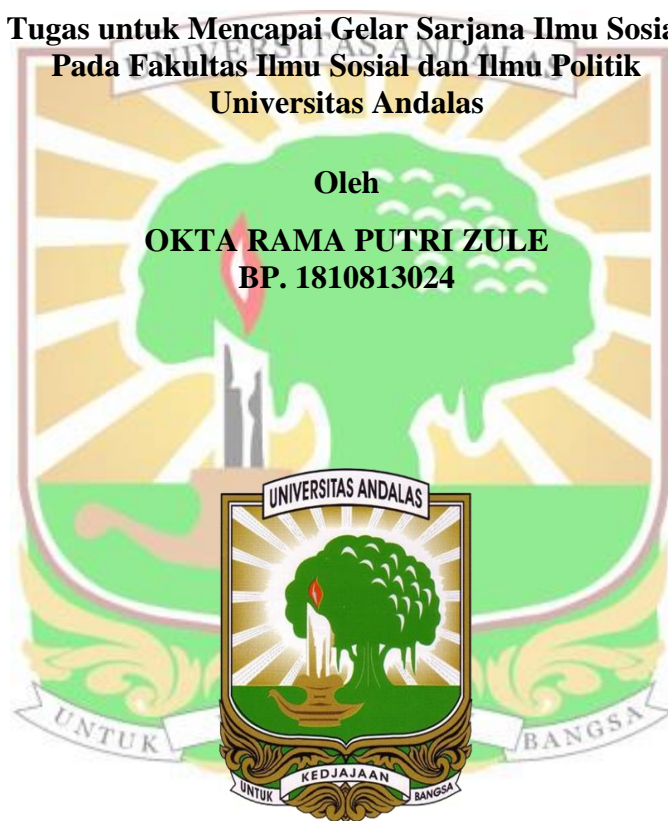
Oleh
OKTA RAMA PUTRI ZULE
BP. 1810813024

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2022**

**MOTIF EMPAT PEMILIK *COFFEE SHOP*
MEMILIH BARISTA PEREMPUAN
DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

**Tugas untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Sosial
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas**



**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2022**

ABSTRAK

OKTA RAMA PUTRI ZULE, 1810813024. Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, Padang. Judul Skripsi: Motif Empat Pemilik *Coffee Shop* Memilih Barista Perempuan di Kota Padang. Pembimbing: Drs. Rinaldi Eka Putra, M.Si

Menjamurnya *coffee shop* di Kota Padang berdampak pada kebutuhan *coffee shop* untuk menghadirkan barista. Pada awalnya pekerjaan sebagai barista umumnya dilakukan oleh laki-laki, namun saat sekarang pekerjaan ini telah mengalami perubahan dengan hadirnya perempuan yang membawa bermacam reaksi dari masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan motif pemilik *coffee shop* memilih barista perempuan. Dengan demikian, terdapat tujuan khusus dalam penelitian ini untuk menjawab pertanyaan penelitian, yaitu mendeskripsikan *because motive* pemilik *coffee shop* memilih barista perempuan dan *in order to motive* pemilik *coffee shop* memilih barista perempuan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Fenomenologi yang dikemukakan oleh Alfred Schutz. Untuk memahami sebuah tindakan, Schutz membuat perbedaan terhadap motif-motif dari sebuah tindakan yaitu *because motive* dan *in order to motive*. Pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif digunakan dalam penelitian ini agar dapat mencapai tujuan penelitian. Dalam penelitian ini informan ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, selanjutnya pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara mendalam (*indepth interview*) dan observasi.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa motif pemilik *coffee shop* memilih barista perempuan dari empat informan yaitu *because motive* diantaranya (1) perempuan lebih bersih dan rapi, (2) memiliki daya tarik, dan (3) menekan biaya operasional. Sedangkan *in order to motive* diantaranya (1) media promosi melalui Instagram, (2) barista perempuan akan berkesan untuk pelanggan, dan (3) membangun *image* barista perempuan.

Kata Kunci : *Coffee shop*, Barista Perempuan, Motif

ABSTRACT

OKTA RAMA PUTRI ZULE, 1810813024. Department of Sociology, Faculty of Social and Political Sciences, Andalas University, Padang. Thesis Title : Motives of Four Coffee Shop Owners Choosing Female Baristas in Padang City. Lecturer: Drs.Rinaldi Eka Putra, M.Si

The city of Padang's expansion of coffee shops has an influence on the demand for coffee shops to hire baristas. Initially, men were the majority of baristas, but the presence of women has caused a shift in the industry, eliciting a variety of reactions from the community. The purpose of this study is to describe the motivations of coffee shop owners in hiring female baristas. Thus, this study serves a specific goal in answering research objectives, namely to characterize the motivation for coffee shop owners choosing female baristas and to inspire coffee shop owners to pick female baristas.

The theory used in this study is Phenomenology theory, which was invented by Alfred Schutz. To better understand a concept, Schutz created parallels between motifs from different concepts, such as because motive and in order to motive. In order to attain the research aims, a qualitative technique with descriptive type is adopted in this study. In this study, informants were selected using a purposive selection strategy, and data was collected using in-depth interviews and observation procedures.

According to the study's findings, coffee shop owners that hire female baristas do so for a variety of reasons, including (1) women being cleaner and neater, (2) being more beautiful, and (3) lowering operating expenses. In order to motivate, including (1) promotional media via Instagram, 2) female baristas will be memorable for customers, and 3) build the image of a female baristas.

Keywords : Coffee Shop, Female Baristas, Motives