

MOTIVASI PENGAMBILAN KEPUTUSAN GENERASI MILENIAL DALAM MEMILIH PEKERJAAN KREATIF DI KOTA PADANG

Skripsi

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
Antropologi Sosial Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas
Andalas**



Oleh :

**LAURA SARI RAMADHANI
1610823014**

**DEPARTEMAN ANTROPOLOGI SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2023**

MOTIVASI PENGAMBILAN KEPUTUSAN GENERASI MILENIAL DALAM MEMILIH PEKERJAAN KREATIF DI KOTA PADANG

Skripsi

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
Antropologi Sosial Pada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas
Andalas**



Oleh :

**LAURA SARI RAMADHANI
1610823014**

Pembimbing 1 : Prof. Dr. rer. Soz. Nursyirwan Effendi

Pembimbing 2 : Sidarta Puji Raharjo, S.Sos, M.Si

**DEPARTEMAN ANTROPOLOGI SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2023

ABSTRAK

Laura Sari Ramadhani. 1610823014. Motivasi Pengambilan Keputusan Generasi Milenial dalam Memilih Pekerjaan Kreatif di Kota Padang. Pembimbing I : Prof. Dr. rer. Soz. Nursyirwan Effendi. Pembimbing II: Bapak Sidarta Puji Raharjo S.Sos. Departemen Antropologi Sosial. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik. Universitas Andalas.

Budaya populer menggiring fenomena gaya hidup, budaya populer merupakan hasil aktifitas masyarakat industri dimana kebudayaan diproduksi dan disajikan dalam jumlah yang besar dengan bantuan teknologi produksi, distribusi, dan akses massal, kebudayaan tersebut menjadi mudah diakses oleh masyarakat umum. Generasi Milenial adalah *indigenous people* dari abad digital yang sangat ketat dengan teknologi. Kepemilikan teknologi bagi generasi milenial ini adalah suatu kebutuhan dalam keseharian guna mengoptimalkan kegiatan serta pekerjaan kreatif yang mereka lakukan dan biasanya kota menjadi tempat kegiatan dan pekerjaan sebagai barista, grafis desainer, media sosial *influencer*, model dan fotografer.

Penelitian ini bertujuan guna menjawab apa motivasi yang dimiliki generasi milenial dalam memilih pekerjaan sebagai barista, grafis desainer, media sosial *influencer*, model dan fotografer di Kota Padang serta menjelaskan pekerjaan-pekerjaan tersebut dapat menjadi tanda keberadaan budaya populer di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik yang digunakan untuk memilih informan adalah dengan teknik *snowball sampling*. Data dikumpulkan melalui studi kepustakaan, observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menggambarkan motivasi generasi milenial dalam memilih jenis pekerjaan kreatif berupa cita-cita, bakat, dan sarana pengembangan diri yang mereka butuhkan dan juga adanya peran orang-orang terdekat seperti dukungan keluarga dan juga teman-teman. Dalam lingkup yang lebih luas terdapat motivasi yang terkait dengan ekonomi dan peluang untuk berkembang kedepannya dengan pekerjaan yang sedang mereka geluti. Perilaku pekerja pekerjaan kreatif dapat menunjukkan eksistensi dari kebudayaan populer di Kota Padang. Perilaku mereka yang mementingkan keseimbangan antara waktu kerja dan waktu untuk melakukan hal lain di luar pekerjaan mereka (*work-life balance*), menjadi panutan dan cerminan dari beberapa hal yang terkait budaya populer, serta mempertahankan popularitas adalah perilaku yang melahirkan, menjaga dan mempertahankan budaya populer itu ada.

Kata Kunci : Budaya Populer, Pekerjaan Kreatif, Generasi Milenial, Motivasi

ABSTRACT

Laura Sari Ramadhani. 1610823014. Millennial Generation's Decision Making Motivation in Choosing Creative Jobs in Padang. Advisor I : Prof. Dr. rer. Soz. Nursyirwan Effendi. Advisor II: Sidarta Puji Raharjo S.Sos. Department of Social Anthropology. Faculty of Social Science and Political Science. Andalas University.

Popular culture leads to lifestyle phenomena, popular culture is the result of the activities of an industrial society where culture is produced and presented in large quantities with the help of mass production, distribution and access technology, this culture becomes easily accessible to the general public. Millennials are natives of the digital age who are very strict with technology. Ownership of technology for this millennial generation is a daily necessity in order to optimize their creative activities and work and cities are usually places of activity and work as baristas, graphic designers, social media influencers, models and photographers.

This study aims to answer what motivations the millennial generation has in choosing jobs as baristas, graphic designers, social media influencers, models and photographers in Padang and to explain that these jobs can be a sign of the existence of popular culture in the city of Padang. This study uses a qualitative method with a phenomenological approach. The technique used to select informants is the snowball sampling technique. Data is collected through literature study, observation, interview and documentation.

The results of the study describe the motivation of the millennial generation in choosing creative types of work in the form of ideals, talents, and the means for self-development they need and also the role of those relatives such as family support and also friends. In a broader scope, there are motivations related to the economy and opportunities to develop the future with the work they are currently doing. The behavior of creative work workers can show the existence of popular culture in Padang. Their behavior that prioritizes a balance between working time and time to do other things outside of their work (work-life balance), becomes a role model and reflects several things related to popular culture, and maintains popularity is a behavior that creates, also maintains popular culture constantly exist.

Keywords: Popular Culture, Creative Work, Millennial Generation, Motivation