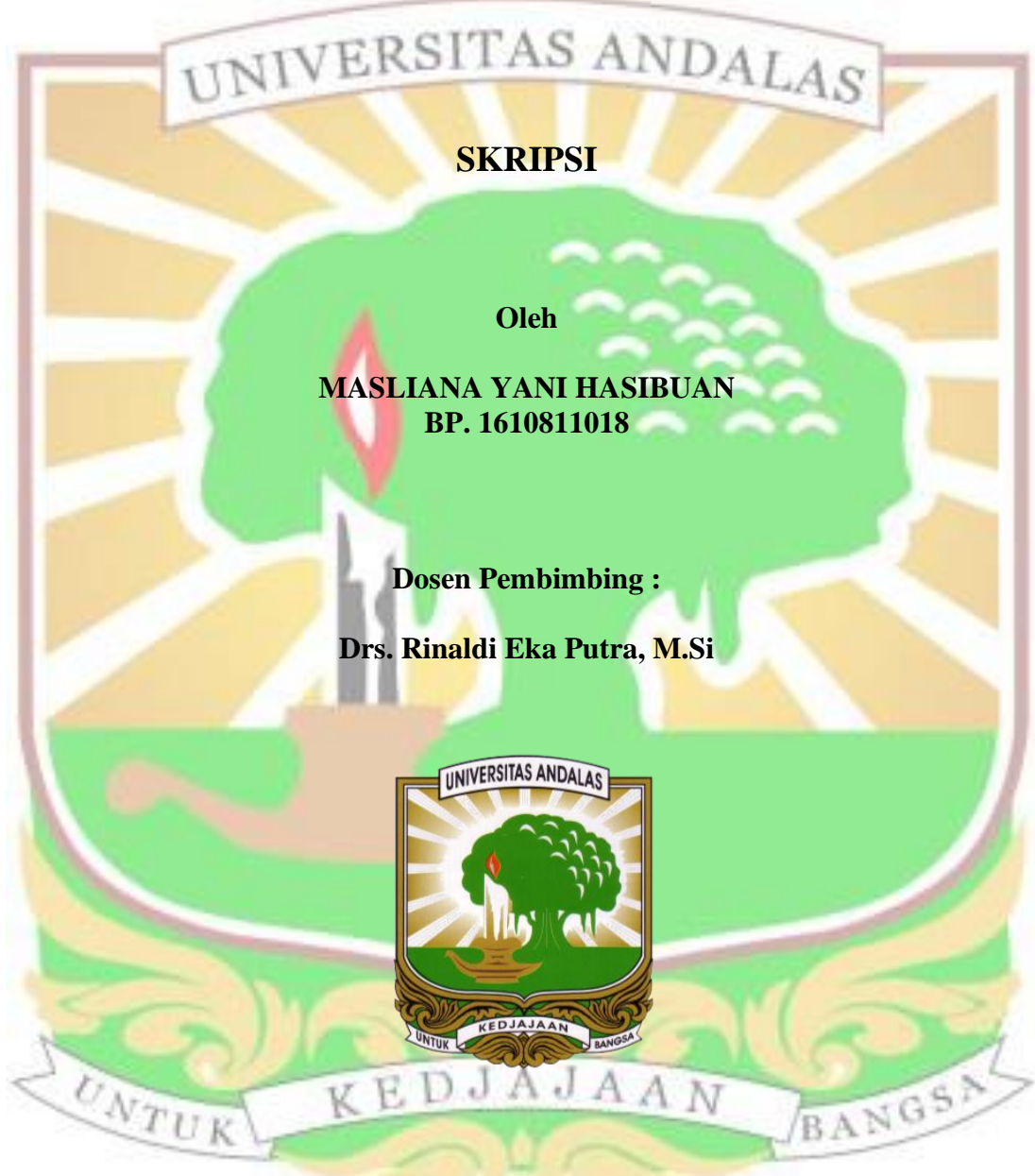


**MOTIF AKTOR MENGUNJUNGI
COFFEE SHOP DI KECAMATAN PANGKALAN
KERINCI KABUPATEN PELALAWAN PROVINSI RIAU**



SKRIPSI

Oleh

**MASLIANA YANI HASIBUAN
BP. 1610811018**

Dosen Pembimbing :

Drs. Rinaldi Eka Putra, M.Si

**JURUSAN SOSIOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2021**

**MOTIF AKTOR MENGUNJUNGI
COFFEE SHOP DI KECAMATAN PANGKALAN
KERINCI KABUPATEN PELALAWAN PROVINSI RIAU**

SKRIPSI

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

Oleh

**MASLIANA YANI HASIBUAN
BP. 1610811018**



JURUSAN SOSIOLOGI

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2021**

ABSTRAK

MASLIANA YANI HASIBUAN, 1610811018. Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Andalas, Padang. Judul Skripsi: Motif Aktor Mengunjungi Coffee Shop di Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Provinsi Riau. Dosen Pembimbing, Drs. Rinaldi Eka Putra, M.Si

Minum kopi merupakan kebiasaan yang ada di Indonesia sejak zaman dahulu, dimana Indonesia salah satu negara penghasil biji kopi terbaik di dunia. Hal ini menjadi lahan bisnis yang menjanjikan, ditandai dengan semakin menjamurnya bisnis kedai kopi atau *coffee shop* di berbagai wilayah di Indonesia, yang menciptakan gaya hidup baru dalam mengonsumsi kopi. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan motif aktor mengunjungi *coffee shop*. Oleh karena itu, beberapa tujuan khusus dibuat untuk menjawab pertanyaan ini, yaitu mendeskripsikan *because motive* masyarakat mengunjungi *coffee shop* dan *In order to motive* masyarakat mengunjungi *coffee shop*.

Untuk memahami penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori Fenomenologi yang dikemukakan oleh Alfred Schutz. Teori ini menjelaskan adanya *stock of knowledge* yang melatar belakangi suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang. Schutz membedakan motif dalam suatu tindakan menjadi *because motive* dan *in order to motive*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif untuk mencapai tujuan penelitian. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk pengumpulan data peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam dan observasi.

Berdasarkan hasil temuan di lapangan yang menjadi motif individu mengunjungi *coffee shop* dari 10 informan meliputi *because motive* diantaranya (1) berkumpul dengan teman, (2) wifi, (3) kebutuhan akan rasa nyaman, (4) tempat untuk bekerja dan diskusi, (5) menu yang bervariasi. Sementara *in order to motive* mencakup (1) pemenuhan kebutuhan minum kopi, (2) mencari inspirasi, (3) memperluas jaringan pertemanan.

Kata Kunci : Aktor, Motif, Mengunjungi, Coffee Shop

ABSTRACT

MASLIANA YANI HASIBUAN, 1610811018. Department of Sociology, Faculty of Social and Political Sciences, Andalas University, Padang. Thesis Title: Actor Motives for Visiting Coffee Shops in Pangkalan Kerinci District, Pelalawan Regency, Riau Province. Supervisor: Drs. Rinaldi Eka Putra, M.Si

Drinking coffee is a habit of Indonesian people since ancient times, where Indonesia is one of the best coffee bean producing countries in the world. This has become a promising business area, marked by the proliferation of coffee shop businesses in various regions in Indonesia, which creates a new lifestyle in consuming coffee. This study aims to describe the motives of people visiting coffee shops. Therefore, several specific objectives were made to answer this question, namely to describe the motive for people visiting coffee shops and In order to motive people visiting coffee shops.

To understand this research, the theory used is the phenomenological theory proposed by Alfred Schutz. This theory explains that there is a stock of knowledge behind an action taken by someone. Schutz distinguishes the motive in an action into because motive and in order to motive. This research uses a qualitative approach with descriptive research type to achieve the research objectives. Determination of informants in this study using purposive sampling technique. For data collection, researchers used in-depth interviews and observation techniques.

Based on the findings in the field, the motives for people visiting coffee shops from 10 informants include because motives include (1) gathering with friends, (2) wifi, (3) the need for comfort, (4) a place to work and discuss, (5) varied menu. Meanwhile, in order to motive includes (1) meeting the needs of drinking coffee, (2) seeking inspiration, (3) expanding the network of friends.

Keywords: Individual, Motives, Visiting, Coffee Shop

