

**BUDAYA *HANGOUT* KAUM *MILLENNIALS* DI *COFFEE SHOP* DALAM  
MENGAKTUALISASIKAN DIRI**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**SAFIRA DEVINA PUTRI**

**1161003125**


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2020**

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Tugas Akhir ini adalah hasil milik saya sendiri, dan semua sumber baik diikuti maupun dirujukan telah saya nyatakan benar.

Nama : Safira Devina Putri

Nim : 1161003125

Tanda Tangan : 

Tanggal : 06 September 2020

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Safira Devina Putri  
NIM : 1161003125  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul : Budaya *Hangout* Kaum *Millennials* Di *Coffee Shop*  
Dalam Mengaktualisasikan Diri

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

## DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si (  )

Penguji I : Adrian Arditiar, M.I.Kom

(  )

Penguji 2 : Hanny Nurahmawati, M.I.Kom

(  )

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 06 September 2020

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “Budaya *Hangout* Kaum *Millennials* di *Coffee Shop* Dalam Mengaktualisasikan Diri” ini dengan sebaik-baiknya dalam rangka mendapatkan gelar sarjana.

Pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung agar terselesaikannya tugas akhir ini. Peneliti yakin apabila tidak ada dukungan dari pihak ini, maka tugas akhir tidak akan diselesaikan dengan tepat waktu, oleh karena itu diantaranya peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

### **1. Mama,Papa, dan Adik Peneliti.**

Kepada keluarga terdekat peneliti, terima kasih atas kasih sayang juga dukungan yang tiada henti untuk diberikan kepada penulis dalam menyusun tugas akhir ini dengan sebaik mungkin di waktu yang tepat pada waktunya. Karena orang-orang terdekat ini peneliti memiliki motivasi tinggi untuk menyelesaikan laporan magang ini secepatnya dan sebaik mungkin.

### **2. Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dan Seluruh Staf Civitas Akademika ILKOM UB.**

Terima kasih kepada seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie dan seluruh staf civitas akademika ilmu komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu dan mengajarkan dengan tulus dari setiap mata kuliah. Terima kasih karena telah menjadi guru juga pembimbing terbaik di kampus, utamanya kepada Ibu Suharyanti selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Tanpa dukungan para dosen maka peneliti tidak akan menyelesaikan studi dengan baik dan tepat waktu. Doaku untuk

semua dosen dan staf Universitas Bakrie utamanya Ilmu Komunikasi selalu sehat dan jangan berhenti terus menginspirasi mahasiswa.

**3. Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si**

Terima kasih kepada Ibu Prima selaku pembimbing dalam tugas akhir peneliti. Selalu membimbing dan tidak pernah bosan untuk membantu peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Serta selalu mengusahakan peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini dengan cepat, dan memberikan semangat optimis bagi peneliti.

**4. Adrian Arditiar , M.I.Kom**

Terima kasih Pak Adrian selaku penguji 1 Sidang Tugas Akhir penulis yang sangat baik dan pengertian. Terima kasih telah memberikan arahan, saran dan juga masukan revisi kepada penulis untuk mendapatkan hasil yang baik.

**5. Hanny Nurahmawati, M.I.Kom**

Terima kasih Pak Adrian selaku penguji 1 Sidang Tugas Akhir penulis yang sangat baik dan pengertian. Terima kasih telah memberikan arahan, saran dan juga masukan revisi kepada penulis untuk mendapatkan hasil yang baik.

**6. Teman-teman Penulis**

Teruntuk Yasmien, Rhandana, Stephanie, dan Cestyta selaku teman-teman penulis yang selalu memberikan dukungan dan hiburan kepada penulis dan teruntuk Pao, Asri, dan Yuka selaku teman seperjuangan penulis yang selalu menemani penulis dari awal perkuliahan sampai saat ini.

## **7. Informan Penelitian dan Pihak yang Terlibat**

Kepada informan dan segala yang terlibat dalam penelitian, untuk kesediaannya menjadi informan pada penelitian ini dan bersedia untuk diwawancarai cukup lama. Juga Terima kasih untuk Miss Ambar yang telah bersedia membantu peneliti untuk menjadi triangulator penelitian. Serta masih banyak lagi pihak-pihak yang berperan penting dalam proses penyelesaian skripsi yang tidak bisa peneliti sebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa membalas semua kebaikan yang telah diberikan yang telah diberikan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti umumnya kepada para pembaca.

Jakarta, 7 Agustus 2020



Safira Devina Putri

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Safira Devina Putri  
NIM : 1161003125  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Fee Rights)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Budaya Hangout Kaum *Millennials* Di *Coffee Shop* Dalam Mengaktualisasikan Diri”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 06 September 2020

Yang menyatakan,



Safira Devina Putri

## **BUDAYA *HANGOUT* KAUM *MILLENNIALS* DI *COFFEE SHOP* DALAM MENGAKTUALISASIKAN DIRI**

Safira Devina Putri

---

### **ABSTRAK**

Maraknya pertumbuhan kedai kopi yang terjadi di Indonesia membuat pola hidup generasi *millennials* berubah. Kedai kopi bermunculan dengan adanya tren baru di masyarakat. Hal tersebut membuat generasi *millennials* datang ke kedai kopi dan menghabiskan waktu berjam-jam untuk berkumpul bersama teman-temannya.. Karakter generasi *millennials* yang cerdas, inovatif, dan juga boros menjadi salah satu bentuk generasi *millennials* untuk mengaktualisasikan diri mereka dengan berbagai cara. Salah satunya dengan *hangout* bersama teman-temannya. Selain itu kebiasaan generasi *millennials* pergi ke *coffee shop* sangat erat kaitannya dengan kebutuhan aktualisasi diri yang didukung oleh berbagai karakter perilaku konsumen *millennials*. Dengan begitu Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana budaya *hangout* kaum *millennials* di *coffee shop* dalam mengaktualisasikan diri.

Penelitian ini pun menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data informan melalui *indepth interview*. Penelitian ini menggunakan tiga informan yang dibagi menjadi tiga kelompok generasi *millennials*. Yaitu kelompok *The Student Millennials*, *The Working Millennials*, dan *The Family Millennials*. Pada penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi dalam menguji keabsahan data untuk melakukan pemeriksaan jawaban informan dengan dokumen yang ada dan di bantu oleh seorang trigulator. Penelitian ini juga memiliki kendala dalam pengumpulan data karena adanya pandemi covid-19. Selain itu Batasan dalam penelitian ini lebih melihat konsep diri pada perempuan *millennials*. Karena seluruh informan yang saya jadikan subjek pada penelitian ini adalah perempuan *millennials*.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa ketiga kelompok generasi *millennials* memiliki perbedaan dalam mengaktualisasikan diri mereka Ketika *hangout* di *coffee shop*. Kelompok *The Student Millennials* dan *The Family Millennials* cenderung lebih suka untuk mengikuti beberapa tren terkini di masyarakat. Sementara kelompok *The Working Millennials* tidak terlalu mengikuti apa yang sedang digemari masyarakat Ketika pergi *hangout* di *coffee shop*.

**Kata Kunci** : Aktualisasi diri, Generasi *millennials*, *Hangout* Perilaku Konsumen *Millennials*.



## THE CULTURE OF HANGOUT IN MILLENNIALS GENERATION AT COFFEE SHOP FOR SELF-ACTUALIZATION

Safira Devina Putri

---

### **ABSTRACT**

*The growth of coffee shops in Indonesia has changed the lifestyle of the millennial generation. Coffee shops have appear up with a new trend in society. This makes the millennials generation come to coffee shops and spend hours hanging out with their friends. The character of the millennials generation who are smart, innovative, and also extravagant is a form of the millennials generation to actualize themselves in various ways. One of them is by hanging out with his friends. Besides that, the habit of millennials generation to go to coffee shops is closely related to the need for self-actualization which is supported by various characteristics of millennial consumer behavior. With this, this study aims to find out how the hangout culture of millennials in coffee shops in actualizing themselves.*

*This method uses is qualitative methods by collecting informant data through in-depth interviews. This study used three informants who were divided into three groups of millennials generation. Namely the Student Millennials, The Working Millennials, and The Family Millennials. In this case, the authors used triangulation in testing the validity of the data to check the informants' answers with existing documents assisted by a trigulator. This study also had problems in collecting data due to the COVID-19 epidemic. In addition, the limitation in this study is to look at the self-concept of millennials women. Because all the informants that I subject in this study are millennials women.*

*From the research results, it is known that the three groups of millennials generation have differences in actualizing themselves when hanging out at a coffee shop. The Student Millennials and The Family Millennials tend to prefer to follow some of the latest trends in society. Meanwhile, The Working Millennials group did not really follow what the community liked when they went to hangout at the coffee shop.*

**Keywords** : *Self Actualization, Millennials Generation, Hangout, Millennials Consumer Behavior*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2. Manfaat Pratisi.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Penelitian Sebelumnya .....	8
2.2. Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	16
2.2.1. Konsep Diri.....	16
2.2.2. Komunikasi Interpersonal.....	20
2.2.3. Hubungan Konsep Diri Dengan Komunikasi Interpersonal	22
2.2.4. Generasi Milenial.....	22

2.2.5. Perilaku Konsumen Milenial .....	25
2.3. Kerangka Pemikiran.....	27

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Metode Penelitian.....	31
3.2. Objek dan Subjek Penelitian .....	32
3.3. Sumber Dara dan Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.4. Definisi Konseptual.....	36
3.5. Teknik dan Analisis Data .....	37
3.6. Teknik Pengujian Keabsahan Data .....	38
3.7. Keterbatasan Penelitian .....	38

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	40
4.1.1. <i>Coffee Shop</i> .....	40
4.1.2. Gambaran Subjek Penelitian.....	41
4.2. Hasil Penelitian .....	42
4.2.1 Ketertarikan Generasi <i>Millenials</i> dengan <i>Coffee Shop</i> .....	43
4.2.2 Budaya <i>Hangout</i> Generasi <i>Millenials</i> .....	48
4.2.3. Pembentukan Aktualisasi Diri Generasi <i>Millennials</i> Ketika <i>Hangout Di Coffee Shop</i> .....	51
4.3. Pembahasan.....	58
4.3.1 Ketertarikan Generasi <i>Millenials</i> dengan <i>Coffee Shop</i> .....	58
4.3.2. Budaya <i>Hangout</i> Generasi <i>Millenials</i> .....	59
4.3.3. Pembentukan Aktualisasi Diri Generasi <i>Millennials</i> Ketika <i>Hangout Di Coffee Shop</i> .....	61

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Simpulan .....	64
5.2. Saran Praktisi .....	65
5.2.1. Saran Akademis .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>68</b>

**DAFTAR TABEL**

Table 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	..10
Table 3.1 Definisi Konseptual.....	..36

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... ..30