

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kebudayaan merupakan salah satu unsur penting dalam kehidupan manusia, yang dapat didefinisikan sebagai keseluruhan sistem gagasan, tindakan, hasil karya manusia yang dimiliki oleh kelompok tertentu. Heterogenitas masyarakat Indonesia yang tertuang dalam semboyan lambang Negara Republik Indonesia “Bhineka Tunggal Ika” menjelaskan keberadaan banyak suku, agama, ras, dan adat istiadat. Meskipun berbagai perbedaan tersebut dipersatukan melalui kesatuan bahasa dan simbol bangsa, dengan perbedaan tersebut, Indonesia menjadi salah satu negara multikultural terbesar di dunia yang mempunyai berbagai tantangan dalam komunikasi (Tobing, 2024:64).

Sistem gagasan manusia ditransformasi dalam bentuk simbol-simbol budaya. Simbol budaya sebagai salah satu bentuk kebudayaan dapat berupa gambaran, kata, atau benda yang merepresentasikan kelompok tertentu. Suatu simbol dapat dikatakan sebagai simbol budaya apabila mewakili suatu etnis atau suku bangsa tertentu, misalnya dapat berupa pakaian adat, bahasa, makanan, atau kesenian. Pada dasarnya cara pandang dan sikap setiap individu mudah dipengaruhi oleh latar belakang dan budayanya masing-masing. Komunikasi antarbudaya menjadi penting di mana sumber dan penerima pesan yang berbeda budaya dapat melakukan proses pertukaran gagasan, cara pandang, sikap, dan cara bertindak melalui simbol-simbol yang dapat dipahami dengan baik oleh kedua belah pihak (Tobing, 2024:65). Penggunaan simbol etnis dapat dilakukan untuk berbagai alasan, salah satunya adalah untuk menciptakan identitas etnis. Identitas etnis merupakan perasaan atau kesadaran akan menjadi bagian suatu etnis tertentu. Seseorang dapat menggunakan simbol etnis untuk menegaskan identitas etnisnya. Penggunaan simbol etnis ini dapat membantu seseorang merasa terhubung dengan budaya

dan sejarahnya, dan juga dapat membantu publik untuk lebih memahami dan menghargai keragaman budaya.

Selain itu, simbol etnis juga sering dipakai untuk usaha. Pelaku usaha menggunakan simbol etnis untuk menarik konsumen dari kelompok tertentu. Mereka juga dapat menciptakan suasana atau citra tertentu di dalam suatu usaha tersebut. Misalnya, menggunakan pernak – pernik seperti kain dari budaya yang digunakan, membuat ukiran atau patung yang menggambarkan budaya tersebut.

Salah satu usaha yang saat ini sedang populer di Indonesia adalah *Coffee Shop*. Selain menyediakan kopi, *Coffee Shop* menawarkan suasana yang nyaman dan unik untuk menarik minat konsumen dan pelanggannya. Oleh karena itu, banyak *Coffee Shop* yang menggunakan simbol etnis untuk menjadi daya tarik bagi pengunjungnya. Penggunaan simbol etnis dalam *Coffee Shop* dapat dilakukan melalui penggunaan dekorasi maupun pernak-pernik interior. Beberapa coffeee shop memadukan hidangannya dengan konteks simbol yang diusung dan diperlihatkan dalam buku menu.

Salah satu kedai kopi yang mengusung tema budaya dan menerapkannya dalam usaha adalah *Coffee Shop* “Bajawa Flores”. Kedai kopi yang berlokasi di Depok ini menggunakan simbol-simbol budaya dengan tema yang menggambarkan salah satu provinsi yang berada di Indonesia tepatnya Provinsi Nusa Tenggara Timur. Sejumlah simbol yang identik dengan provinsi NTT lebih tepatnya Pulau Flores, ada pada kedai kopi ini.

Dimulai dari ruangan pertama di mana ini adalah ruangan *outdoor*, peneliti melihat tulisan nama *Coffee Shop* Bajawa Flores NTT yang terdapat ukiran reptil tertua di Flores yaitu komodo pada seblah kiri, lalu disebelah kanan terdapat pajangan foto dimana seorang wanita memakai pakaian adat suku Rote dan terdapa dua patung yang sebalah kana kiri foto tersebut.

Lalu peneliti memasuki ruangan ke dua saat peneliti masuk ke dalam pada bagian sebalah kiri hanya terdapat sebuah pajangan foto seorang pria memakai pakaian adat NTT dan disebelah kanan terdapat berbagai kain khas NTT, alat untuk menenun kain, lalu bagian kanan kain tenun terdapat ada beberapa

merchandise seperti gantungan kunci dengan ukiran-ukiran aksara flores, masker yang bermotif kain tenun, dan ada juga topi Ti'i Langgayang mana topi ini ciri khas pulau rote dan syal dari kain tenun, dan dibagian kiri kain tenun terdapat *merchandise* yaitu berbagai kopi, gelas dan topi Ti'i Langgadan ada juga alat musik sasando. Lalu bagian plafon terdapat tulisan lagu daerah yang berjudul Bolelebo.

Setelah peneliti menelusuri bagian ruangan kedua peneliti memasuki ruangan ke tiga dimana terdapat beberapa fotografi yang memakai baju khas daerah Flores dan banyak sekali ukiran kayu dan patung-patung yang menggambarkan ciri khas pulau Flores, lalu di ujung depan kanan kiri terdapat patung komodo, lalu dibagian atas bar terdapat gambar peta pulau Flores dan adanya dua layar yang menampilkan video dokumentasi masyarakat Flores. Ciri khas budaya Flores dengan mudah dilihat mulai dari ornamen dekorasi interior hingga menu makanan dan atribut yang dipakai oleh pegawai *Coffee Shop* Bajawa Flores.

Tidak hanya suasana tempatnya saja tetapi menu yang disediakan beberapa menggunakan nama – nama tempat yang berada di Pulau Flores seperti Rote Kopi Susu, Kopi Coco adonara, Larantuka Mocktail dan lain sebagainya. Pengunjung pada Bajawa Flores sangatlah beragam mulai dari anak remaja hingga orang tua. Tempat ini selalu menjadi pilihan untuk sekedar melepas penat atau untuk menghabiskan waktu bahkan untuk bekerja di saat sedang WFH.

Penggunaan simbol etnis budaya Flores pada *Coffee Shop Bajawa Flores* adalah sebuah strategi yang digunakan untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini dikarenakan simbol-simbol etnis dapat menimbulkan rasa penasaran dan ketertarikan bagi konsumen. Selain itu simbol-simbil etnis juga dapat menciptakan kesan unik berbeda dari kedai kopi lainnya.

Meskipun Nusa Tenggara Timur (NTT) terkenal dengan alamnya yang indah, budayanya juga menarik, budaya NTT yang beragam dan berbeda mencerminkan nilai-nilai dan tradisi luhur yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Budaya Nusa Tenggara Timur (NTT) di sini merupakan daya tarik

wisata dan bagian penting dari identitas dan keberagaman Indonesia. Nusa Tenggara Timur (NTT) memiliki beragam suku dan etnis yang kaya akan keberagaman budaya. Seperti tradisinya kuliner, upacara adat, kesenian, sampai dengan kebahasaan merupakan kebudayaan khas Nusa Tenggara Timur.

Penelitian terdahulu pertama seperti yang dilakukan Miftahul Adi Suminto, yang berjudul “Identitas Visual Pada *Coffee Shop* dan Warung Kopi di Surabaya”. Jurnal Kajian Seni, Vol. 09 No. 01 (2022). peneliti ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika. Dalam studi ini penelitian ini membahas makna identitas yang dapat dikonstruksikan ke dalam bentuk visual berupa Warung Kopi & *Coffee Shop* yang merupakan bagian dari *The Wave Culture Of Coffee Shop* yang dapat mencerminkan konsep identitas sendiri antara Warung Kopi & *Coffee Shop* di Surabaya sebagai ruang publik privat. Peneliti melihat penelitian sebelumnya dan menemukan beberapa penelitian yang terkait dengan masalah utama penggunaan simbol etnis sebagai daya tarik konsumen pada kedai kopi. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa simbol etnis digunakan dalam berbagai konteks, baik dalam komunikasi pemasaran maupun dalam upaya untuk membangun identitas kultural kedai kopi.

Berikutnya peneliti terdahulu kedua dilakukan oleh Hanin Kharisma Parastuti dan Djuli Djatiprambudi, yang berjudul “Analisis Semiotika Logo Kedai Kopi Di Surabaya Selatan”. Jurnal Barik, Vol. 1 No. 3, (2020). penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis semiotika. Dalam studi ini peneliti membahas penggunaan logo pada kedai kopi di Surabaya. Terdapat empat perbandingan logo kedai kopi yang memiliki kesamaan akan tetapi keempat logo tersebut mempunyai makna yang berbeda.

Selanjutnya penelitian terdahulu ketiga dilakukan oleh Abduh Rafif Taufani, yang berjudul “Budaya Pencinta Kopi dan Gaya Hidup Urban Kedai Kopi di Surabaya Analisis Visual Semiotika Spasial”. Jurnal Media dan Komunikasi, Vol. 01 No 01(2020). Penelitian ini menggunakan analisis semiotika spasial untuk memahami representasi identitas budaya pecinta kopi

dan gaya hidup urban melalui simbol-simbol pada kedai kopi di Surabaya. Temuan penelitian menyoroti bagaimana identitas konsumen sebagai pencinta kopi urban direpresentasikan melalui desain interior, *gimmicks*, dan elemen dekoratif lainnya di kedai kopi. Dari ketiga penelitian sebelumnya, terlihat bahwa ada banyak dimensi yang terkait dengan penggunaan simbol etnis dalam konteks visual kedai kopi. Namun, penelitian ini akan berkonsentrasi pada bagaimana simbol etnis Bajawa Flores digunakan secara khusus untuk menarik konsumen di Depok.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan sebelumnya maka dalam penelitian ini, peneliti dapat menyimpulkan bahwa penggunaan simbol etnis dalam usaha *Coffee Shop* merupakan fenomena yang menarik untuk dikaji. Dalam kenyataannya, terkadang ada masalah dengan penggunaan simbol etnis dalam bisnis *Coffee Shop*. Karena simbol etnis dapat memiliki makna yang berbeda-beda dalam setiap budaya. Maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana Penggunaan Simbol Etnis yang menjadi Daya Tarik Konsumen pada *Coffee Shop* Bajawa Flores di Depok melalui Analisis Semiotika?”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti pada penelitian ini untuk menganalisis penggunaan simbol-simbol etnis Flores pada *Coffee Shop* Bajawa Flores di Depok. Serta ingin mengetahui bagaimana peran penggunaan simbol etnis budaya Flores sebagai daya tarik konsumen pada Bajawa Flores.

1.4. Manfaat Penelitian

Peneliti memiliki harapan agar penelitian ini dapat menyediakan manfaat untuk berbagai aspek yakni:

1.4.1. Manfaat Akademis

Peneliti berharap hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan sekaligus menjadi bahan referensi untuk melakukan penelitian selanjutnya terkait dengan topik sejenis.

1.4.2. Manfaat Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat dalam kehidupan sehari-hari terutama pada calon pengusaha yang ingin membuka usaha *coffe shop*.

1.4.3. Manfaat Sosial

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi bahan untuk menambah wawasan pada masyarakat untuk dapat mengetahui bagaimana cara menarik konsumen dengan menggunakan simbol etnis.

1.5. Kerangka Pemikiran Konseptual

Dalam penelitian ini didasarkan pada teori semiotika dan konsep penggunaan simbol etnis.

1.5.1. Teori Semiotika

Roland Barthes menyatakan bahwa semiologi adalah studi tentang cara manusia memberikan makna pada objek. Namun, artinya berbeda dari komunikasi. Pada dasarnya, makna menunjukkan bahwa barang-barang tidak hanya mengandung informasi untuk dikomunikasikan tetapi juga menghasilkan tanda-tanda yang terstruktur. Oleh karena itu, Barthes menganggap signifikasi sebagai proses yang melibatkan struktur. Bahasa

bukan satu-satunya benda yang memiliki makna benda lain juga melakukannya. Barthes menganggap pentingnya interaksi sosial. Dengan kata lain, sistem tanda itu sendiri terdiri dari kehidupan sosial dalam segala bentuknya. (Vera, 2014: 26).

Konotatif dan denotasi adalah inti sistem makna, menurut Roland Barthes. Meskipun konotatif adalah ciri khas tanda, pembaca harus aktif agar dapat berfungsi. Barthes memberikan penjelasan yang rinci tentang sistem pemaknaan tingkat kedua, yang mengacu pada sistem sebelumnya. Sastra adalah contoh paling jelas dari sistem pemaknaan tingkat kedua, yang disebut konotatif oleh Barthes dan berbeda dari sistem makna denotasi atau tingkat pertama dalam mythologies-nya. Roland Barthes menemukan cara tanda fungsi.

Menurut Barthes, tingkat pertama dari makna adalah denotasi. Tingkat denotasi menghasilkan makna yang eksplisit, lugas, dan pasti. Denotasi adalah makna sebenarnya yang diterima secara sosial dan memiliki hubungan dengan realitas. Berikut ini adalah rangkuman dari makna denotasi, konotasi, dan mitos:

a. Denotasi

Semiologi Saussure adalah tatanan pertandaan pertama. Pada tahap ini dibahas hubungan antara tanda dan petanda serta hubungan tanda dan objek yang diwakilinya (referensial) di dunia luar. Menurut Barthes, ini disebut sebagai denotasi. Denotasi adalah makna yang dirasakan dari tanda yang dianggap masuk akal. (Fiske, 2012: 140). Menurut Barthes, makna tingkat pertama adalah denotasi.

b. Konotatif

Roland Barthes menggunakan istilah “konotasi” untuk menggambarkan salah satu dari tiga fungsi tanda. Konotatif mengacu pada interaksi antara tanda dan perasaan atau emosi pengguna, serta nilai-nilai sosial mereka. Perubahan ini terjadi ketika makna tanda bergeser ke arah subjektif atau setidaknya

pemikiran bersama, ketika interpretasi sangat dipengaruhi oleh penafsiran dan objek atau tanda itu sendiri. (Fiske, 2012. 141).

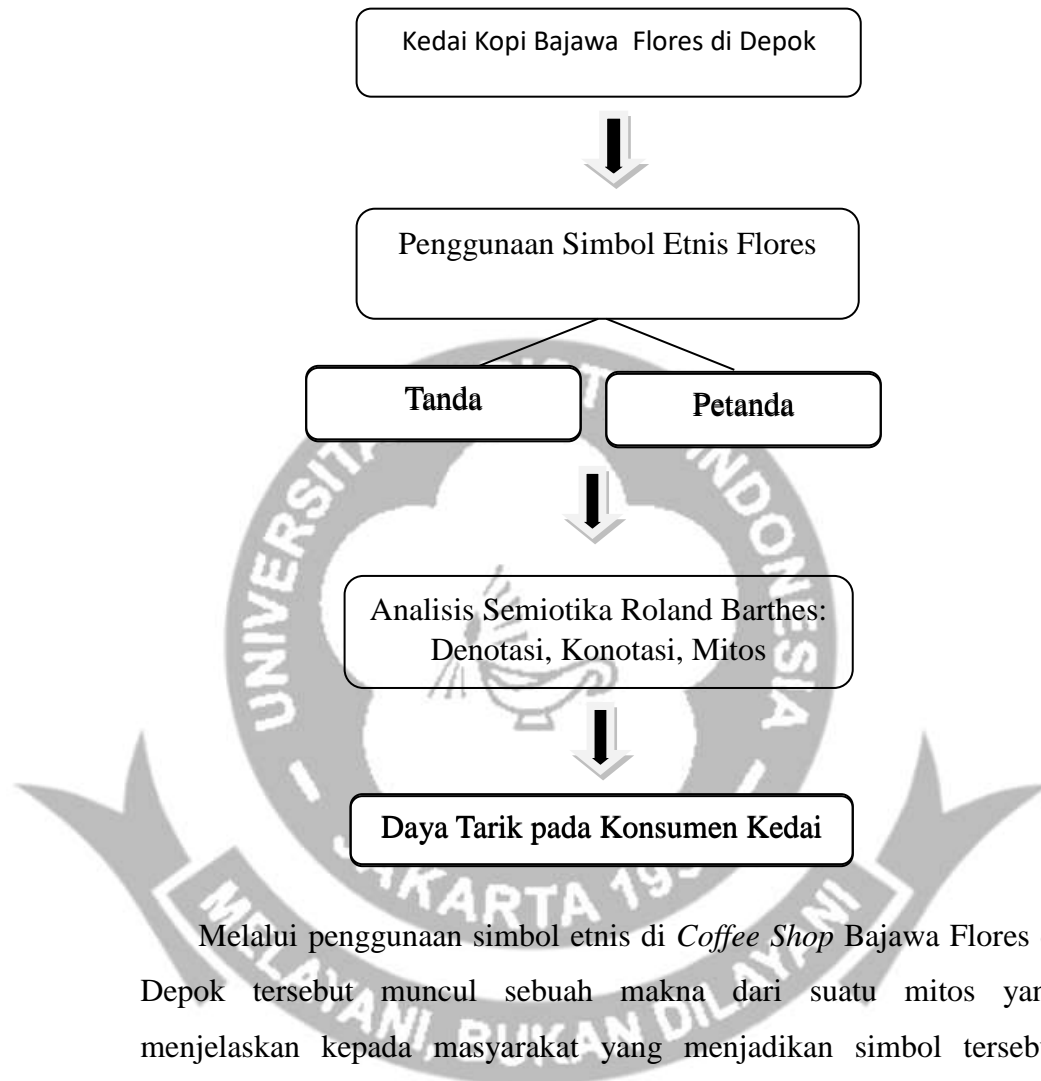
c. Mitos

Cara kedua tanda beroperasi pada tatanan kedua, menurut Barthes adalah melalui mitos. Mitos adalah cerita yang diceritakan oleh sebuah budaya untuk menjelaskan atau memahami beberapa bagian dari realitas atau alam. Mitos primitif berkaitan dengan kehidupan dan kematian, manusia dan dewa, kebaikan dan kejahatan. Sedangkan mitos masa kini berkaitan dengan maskulinitas dan feminitas, keluarga, kesuksesan, polisi inggris, dan ilmu pengetahuan. (Fiske, 2012: 143-144)

1.5.2. Konsep Penggunaan Simbol Etnis

Simbol etnis adalah tanda atau lambang yang mewakili suatu kelompok etnis. Simbol etnis dapat berupa artefak budaya, pakaian, bahasa, makanan, dan sebagainya. Menurut Fiske (1990), simbol etnis adalah tanda atau lambang yang digunakan untuk mengekspresikan identitas etnis. Simbol etnis dapat digunakan untuk membangun rasa kebersamaan dan identitas di antara anggota kelompok etnis yang sama. Simbol etnis dapat digunakan untuk berbagai tujuan, salah satunya adalah untuk identitas. Identitas etnis merupakan rasa atau kesadaran akan keanggotaan suatu etnis tertentu. Simbol etnis dapat membantu seseorang untuk menegaskan identitas etnisnya.

1.5.3. Kerangka berfikir



Melalui penggunaan simbol etnis di *Coffee Shop* Bajawa Flores di Depok tersebut muncul sebuah makna dari suatu mitos yang menjelaskan kepada masyarakat yang menjadikan simbol tersebut sebagai daya tarik menarik kepada calon konsumen.

1.6. Metodologi Penelitian

1.6.1 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif memiliki definisi. Denzim dan Lincoln mengatakan bahwa penelitian kualitatif lebih menekankan pada aspek konstruksi sosial dari realitas serta digunakan untuk menjawab

permasalahan sosio-kultural manusia ketika dibentuk dan diberikan makna (Denzim & Lincoln, 2018). Dijelaskan lagi oleh Neuman yang mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang datanya didapatkan dalam bentuk tulisan atau kata-kata, hasil pengamatan, atau pun dari gambar (Neuman, 2014).

Data yang menjadi pendukung dan landasan dalam penelitian ini akan didapatkan dari pengalaman-pengalaman individu melalui hasil observasi dan dokumentasi pada penggunaan simbol etni di *Coffee Shop* Bajawa Flores yang berada di Depok.

1.6.2 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Kualitatif deskriptif adalah pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami serta menjelaskan sebuah fenomena yang terjadi didalamnya, dengan menggunakan metode pengumpulan data deskriptif yang tidak dapat diukur secara kuantitatif.

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang dimana kualitatif sendiri menurut Denzim dan Lincoln mengatakan bahwa penelitian kualitatif lebih menekankan pada aspek konstruksi sosial dari realitas serta digunakan untuk menjawab permasalahan sosio-kultural manusia ketika dibentuk dan diberikan makna (Denzim & Lincoln, 2018). Dijelaskan lebih dalam oleh Neuman mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang datanya didapatkan dalam bentuk tulisan atau kata-kata, hasil pengamatan, ataupun dari gambar (Neuman, 2014)

1.6.3 Metode Penelitian

Metode atau metodologi adalah pemahaman seluruh proses penelitian termasuk konteks organisasi sosial, asumsi filosofi, prinsip etika dari pengetahuan baru (Neuman, 2014). Adapun menurut Babbie metodologi adalah ilmu mencari tahu, suatu kegiatan atau prosedur untuk melakukan penelitian ilmiah (Babbie, 2017). Di penelitian ini peneliti memakai metode penelitian Etnographic claims.

Stephen M. Courche (2019) mengatakan bahwa ethnographic claims adalah metode berbentuk pernyataan atau klaim-klaim yang disusun oleh peneliti etnografi berdasarkan temuan lapangan yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen atau bahan-bahan yang berkaitan dengan kelompok yang diteliti.

Dalam penelitian ini, penggunaan simbol pada *Coffee Shop* Bajawa Flores di Depok terdapat banyak penggunaan simbol yang digunakan sebagai desain interior. Untuk itu peneliti melakukan observasi dan dokumentasi pada ruangan yang ada pada Bajawa Flores yang menggunakan simbol-simbol tersebut.

1.6.4 Metode Pengumpulan Data

Menurut Stephen M. Croucer (2019), metode pengumpulan data adalah metode mengacu kepada sistem atau proses yang digunakan untuk mendapatkan pengetahuan atau pemahaman tentang topik atau fenomena tertentu. Survei, Eksperimen, analisis isi, wawancara, observasi, dan metodologi penelitian komunikasi. Metode dalam penelitian komunikasi digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang spesifik, menguji hipotesis, dan memvalidasi atau menguji teori yang sudah ada.

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa observasi dan dokumentasi. Menurut Bebbie (2017) observasi adalah metode pengumpulan data tradisional dengan melakukan pengamatan aktual,

tentang melihat dunia dan membuat pengukuran dari apa yang terlihat. Lalu menurut Denzim dan Lincoln (2018) dokumentasi bisa dalam bentuk rekaman informasi, dialog kritis, gambar/foto, diari, video, dan lainnya.

Dalam hal ini, maka peneliti melakukan penelitian pada *Coffee Shop* Bajawa Flores di Jl. Pemuda No. 23a, Pancoran Mas, Depok. Penelitian dan pengumpulan data dilakukan pada tanggal 19 Maret 2024 sampai dengan 22 Maret 2024. Berdasarkan dari hasil observasi yang dilakukan peneliti, *Coffee Shop* “Bajawa Flores” memiliki 4 bagian ruangan. Dari ruangan tersebut penelitian hanya terfokus pada dua ruangan saja. Dimana ruangan ini merupakan bagian yang memiliki simbol etnik yang cukup banyak.

Pada ruang pertama hanya menggunakan satu spot disisi sebelah kanan dimana di ruang tersebut adanya beberapa pajangan seperti kain tenun, alat tenun, kopi khas dari Flores, topi Ti’langga yg dapat digunakan para pengunjung untuk berfoto, serta beberapa *merchandise* yang dapat dibeli oleh pengunjung. Untuk ruangan kedua menggunakan tiga spot pada ruangan disisi sebelah kanan, kiri, dan depan.

1.6.5 Sumber Data

Data merupakan hal terpenting bagi sebuah penelitian, sebab dengan menggunakan data, peneliti mampu mengetahui hasil dari penelitian yang sudah dilakukan. Berdasarkan hal tersebut maka dalam memperoleh sumber data peneliti menggunakan data primer dan data sekunder.

A. Data Primer

Data primer merupakan jenis data yang paling penting dan diperoleh langsung dari objek penelitian dengan melakukan analisis terhadap objek tersebut. Peneliti memilih melakukan observasi

langsung ke *Coffee Shop* “Kopi Bajwa Flores” pada cabang yang berada di Depok karna melihat dari lokasi yang strategis dan mudah diakses dan konsep unik dalam dekorasi dan suasana yang otentik yang memungkinkan peneliti untuk meneliti secara langsung bagaimana simbol etnis yang ditampilkan. Dalam hal ini, data primer didapat melalui tanda-tanda yang terdapat pada simbol etnis yang terkandung dalam *Coffee Shop* tersebut

B. Data Sekunder

Data sekunder merupakan jenis data pendukung yang diambil dari sumber lain untuk memperkuat informasi yang diperoleh dari data primer. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh melalui hasil dokumentasi dan wawancara terhadap dua pengunjung yang didapat saat observasi ke *Coffee Shop* “Bajawa Flores” di Depok.

1.6.6 Teknik Analisis dan Interpretasi Data

1.6.6.1 Teknik Analisis Data

Pada teknik analisis data dalam analisis semiotika pada dasarnya menganalisis simbol-simbol yang beragam serta juga praktik sosial sebagai konteks sosial budaya. Sehingga unit analisis pada penelitian ini yaitu pada simbol etnis yang digunakan oleh *Coffee Shop* “Bajawa Flores” di Depok. Melalui pendekatan kualitatif dan analisis semiotika untuk menganalisis data yang dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi, akan menggunakan model analisis data interaktif Milles dan Huberman (2014). Model ini terdiri dari tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, peneliti akan memilih, menyederhanakan, dan mengubah data lapangan mentah pada tahap reduksi data. Metode pengkodean temati digunakan untuk mengidentifikasi simbol etnis Flores yang digunakan di *Coffee Shop* Bajawa Flores.

Seperti denotasi, konotasi, mitos, kategori-kategori yang relevan dengan teori semiotika Barther (1972) akan digunakan untuk pengkodean. Untuk memudahkan analisis lebih lanjut, data yang telah direduksi akan disajikan dalam matriks dan deskripsi naratif. Untuk memahami makna dan peran simbol etnis Flores sebagai daya tarik pelanggan, analisis semiotika akan digunakan. Akhirnya penarikan kesimpulan akan dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian tentang simbol etnis flores sebagai daya tarik pelanggan di *Cofee Shop* Bajawa Flores di Depok.

1.6.6.2 Interpretasi Data

Dengan banyaknya proses yang sudah dilalui oleh peneliti untuk mengetahui seperti apa hasil dari penelitian, dan dalam menentukan metode penelitian yang baik untuk proses interpretasi data, peneliti dapat melihat hasil dokumentasi yang sudah peneliti lakukan melalui observasi. Hasil dari observasi sendiri peneliti menganalisis terkait informasi bagaimana penggunaan simbol etnis *Coffee Shop Bajawa Flores* menjadi daya tarik konsumen, penggunaan simbol etnis inilah yang menjadi acuan dalam menarik konsumen.

1.6.7 Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan yang sangat penting untuk diperbaharui dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (reabilitas) menurut versi penyesuaian dengan tuntunan pengetahuan, seperti yang kita ketahui bahwa pengetahuan dalam penelitian kualitatif sejak awal sudah didasarkan pada hal-hal untuk meningkatkan derajat kepercayaan data, yang selanjutnya disebut juga keabsahan data.

Menurut Zuldafrial (2012:89). Keabsahan data mengacu pada gagasan validasi dan reliabilitas dalam penelitian kualitatif yang disesuaikan dengan kebutuhan informasi, standar, dan paradigma yang

relevan. Metode pengumpulan data yang sesuai, termasuk penggunaan alat triangulasi membantu memastikan keabsahan data.

Menurut Afifuddin (2009: 143), triangulasi adalah strategi yang digunakan dengan menggunakan sumber yang berbeda selain data itu sendiri untuk tujuan peninjauan atau perbandingan terhadap data tersebut. Ada empat bentuk triangulasi yang digunakan sebagai pendekatan verifikasi untuk menetapkan keabsahan data, menurut Afifudin (2009: 143):

1. Triangulasi data memerlukan pemanfaatan banyak sumber data. Sumber data tersebut bisa berupa catatan, arsip, hasil wawancara, hasil observasi, atau wawancara dengan beberapa subjek yang memiliki sudut pandang yang berbeda.
2. Triangulasi pengamat melibatkan partisipan pengamat selain peneliti untuk memvalidasi data yang diperoleh. Misalnya, supervisor yang bertindak sebagai pengamat (penilaian eksternal) dan memberikan umpan balik tentang hasil pengumpulan data.
3. Triangulasi teoritis melibatkan penggunaan sejumlah teori yang berbeda untuk menjamin bahwa bukti yang dikumpulkan memenuhi kriteria yang ditetapkan.
4. Triangulasi teknik mengacu pada penggunaan beberapa teknik penelitian untuk mengeksplorasi suatu topik, seperti metode wawancara.

Peneliti menggunakan dua prosedur verifikasi untuk mengkonfirmasi validitas penelitian: triangulasi data dan triangulasi teknik. Triangulasi data melibatkan penggunaan banyak sumber data, seperti temuan observasi, sementara triangulasi teknik melibatkan penelitian yang menggunakan metodologi penelitian observasi dan dokumentasi dalam penelitian ini.