

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Generasi Z, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga awal 2012, dikenal sebagai generasi yang sangat dinamis dan terbuka terhadap perubahan dalam dunia kerja. Berbeda dengan generasi sebelumnya yang cenderung setia pada satu pekerjaan dalam jangka panjang, Generasi Z lebih memilih untuk mencoba berbagai peluang kerja.³ Mereka tidak ragu untuk berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan lain demi mencari lingkungan kerja yang sesuai dengan nilai dan tujuan hidup mereka. Pola ini dikenal dengan istilah *job hopping*, yang kini tidak hanya menjadi fenomena sosial, tetapi juga topik penting dalam penelitian dan strategi dunia industri karena dampaknya yang luas dan kompleks.

Tren berpindah kerja di kalangan Generasi Z menunjukkan peningkatan yang cukup mencolok dalam beberapa tahun terakhir. Berbagai survei menunjukkan bahwa semakin banyak anak muda dari generasi ini yang memilih untuk berganti pekerjaan dalam waktu singkat. Misalnya, penelitian terdahulu menemukan bahwa lebih dari 51% pekerja Generasi Z di sektor pemasaran pernah berganti pekerjaan dalam rentang waktu kurang dari dua tahun.⁴ Generasi Z dianggap sebagai generasi yang paling *mobile*, menurut survei yang dilakukan LinkedIn di tahun 2018. Lebih dari 40% responden menunjukkan minat untuk membangun poros karier dalam industri yang berbeda atau sama seperti sebelumnya.⁵ Hal ini menunjukkan adanya perubahan dalam cara pandang mereka terhadap pekerjaan yang fleksibilitas secara waktu,

³ Rusdan Kamil and Laksmi, "Generasi Z, Pustakawan, Dan Vita Activa Kepustakawanan," *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi* (2023): 25–34.

⁴ Thanh Tuyen Tran, Thai Thanh Nguyen, and Nhu Ty Nguyen, "Determinants Influencing Job-Hopping Behavior and Turnover Intention: An Investigation among Gen Z in the Marketing Field," *Asia Pacific Management Review* 30, no. 2 (2025): 1–10.

⁵ Dian Schaffhauser, "LinkedIn: Gen Z Defines Job-Hopping Generation," *Campus Technology*, last modified 2018, accessed May 14, 2025, <https://campustechnology.com/articles/2018/10/12/linkedin-gen-z-defines-job-hopping-generation.aspx>.

kesempatan untuk terus belajar, dan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan karier menjadi aspek yang lebih mereka prioritaskan dibandingkan dengan stabilitas semata.

Meskipun *job hopping* sudah ada sejak lama, motivasi serta intensitas perpindahan kerja kini mengalami perubahan yang signifikan. Generasi-generasi sebelumnya cenderung menganggap loyalitas terhadap perusahaan sebagai suatu kebanggaan, dan mereka bekerja keras untuk mendapatkan posisi yang lebih tinggi seiring waktu. Sebaliknya, Generasi Z lebih memilih tempat kerja yang bisa memberikan mereka makna, pengalaman yang berharga, serta mendukung pertumbuhan pribadi sejak awal bekerja. Aspek seperti pencapaian (*achievement*), gaji dan manfaat (*salary and benefits*), pengakuan (*recognition*), dan kondisi kerja (*working conditions*) memainkan peran penting dalam keputusan karier Generasi Z.⁶

Dari sisi individu, *job hopping* membawa sejumlah keuntungan. Karyawan yang sering berpindah kerja dapat memperoleh pengalaman yang lebih bervariasi, memperluas jaringan profesional, dan meningkatkan kemampuan dalam menyesuaikan diri dengan berbagai lingkungan kerja. Hal ini juga seringkali membuka kesempatan untuk mendapatkan gaji yang lebih tinggi di tempat kerja baru. Namun, jika dilakukan terlalu sering tanpa alasan yang jelas, perilaku ini dapat memunculkan citra negatif. Menurut Arifin et. al., individu yang terlalu sering berpindah kerja bisa dianggap individu yang tidak loyal, tidak sabar, memiliki perhatian yang singkat, produktivitas yang rendah, dan kemungkinan tinggi untuk mengalami *turnover* (pergantian pekerja yang tinggi).⁷

Bagi organisasi, *job hopping* bukan hanya sekadar tantangan sumber daya manusia, tetapi juga berdampak langsung pada efisiensi dan kelangsungan operasional. Perusahaan harus mengeluarkan biaya tambahan untuk rekrutmen

⁶ Siti Nuralieya Syahira Zahari and Fadilah Puteh, "Gen Z Workforce and Job-Hopping Intention: A Study among University Students in Malaysia," *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 13, no. 1 (2023): 902–927.

⁷ Kholis Nur Arifin, Nina Fitriana, and Reny Yuniasanti, "Gen Z Generation: Does *Job hopping* Matter," *Jurnal Psikologi Malaysia* 38, no. 2 (2024): 1–22.

dan pelatihan karyawan baru. Studi oleh Chand et. al. menunjukkan bahwa pergantian karyawan yang terlalu sering dapat mengganggu alur kerja yang sudah dibangun, meningkatkan beban kerja pada tim yang tersisa, dan merugikan investasi yang telah diberikan perusahaan dalam proses pengembangan karyawan sebelumnya.⁸

Secara keseluruhan, fenomena *job hopping* mengubah peta pasar tenaga kerja secara signifikan. Pada satu sisi, mobilitas tinggi menciptakan persaingan yang lebih sehat dan memberikan ruang bagi talenta baru untuk berkembang. Namun, di sisi lain, hal ini juga menimbulkan ketidakstabilan karena perusahaan harus terus menyesuaikan diri dengan perubahan yang cepat. Laporan terbaru menjelaskan bahwa fluktuasi ini berpotensi menimbulkan resiko, seperti ketidakstabilan pekerjaan, kesulitan membangun hubungan jangka panjang dengan perusahaan, dan persepsi ketidaksetiaan terhadap tempat kerja.⁹ Jika tidak dikelola dengan baik, ini bisa berdampak negatif terhadap reputasi profesional dan kepercayaan diri mereka dalam menjalani karier jangka panjang.

Fenomena ini juga memaksa perusahaan untuk menyesuaikan cara kerja dan budaya organisasi. Lingkungan kerja yang terlalu kaku dan tradisional sudah tidak lagi menarik bagi Generasi Z. Oleh karena itu, perusahaan kini terdorong untuk menciptakan atmosfer kerja yang lebih fleksibel, mendukung kolaborasi antar tim, serta memberikan jalur karier yang lebih cepat dan transparan. Tan mengungkapkan bahwa agar perusahaan tetap relevan dan mampu menarik talenta muda, mereka perlu merancang ulang sistem manajemen talenta dengan pendekatan yang lebih dinamis dan adaptif terhadap nilai-nilai generasi ini.¹⁰

⁸ Pawan Kumar Chand, Urvashi Tandon, and Neha Mishra, "Get Cold Feet: *Job hopping* a Conundrum in the Stable Employment of Gen Z Employees at Industry 5.0," *Kybernetes* ahead-of-p, no. ahead-of-print (January 1, 2024), <https://doi.org/10.1108/K-04-2024-0943>.

⁹ Joanna Gajda, "The Phenomenon of *Job hopping* Among Generation Z Employees in the Silesian Voivodeship," *Scientific Papers Of Silesian University Of Technology Organization And Management Series*, no. 205 (2024).

¹⁰ Anne Marie Tan, "The Challenges of Job-Hopping Motives: A Generation Z Perspective" (Chulalongkorn University, 2024).

Peran teknologi sangat besar dalam mendorong tren *job hopping* di kalangan Generasi Z. Mereka tumbuh dalam era digital dan terbiasa mencari informasi secara instan melalui internet. Platform seperti LinkedIn, Jobstreet, bahkan media sosial seperti Instagram atau TikTok kini menjadi sumber utama untuk mencari dan membandingkan peluang kerja. Tetteh et. al. menyebutkan bahwa kemudahan akses informasi dapat dianggap sebagai bagian dari aspek yang memfasilitasi pemahaman tentang peluang karier dan manfaat pekerjaan, yang pada akhirnya mempengaruhi loyalitas dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan.¹¹

Motivasi utama yang mendorong Generasi Z untuk sering berganti pekerjaan beragam. Mereka tidak hanya mencari gaji yang lebih tinggi, tetapi juga ingin pekerjaan yang bermakna, peluang untuk belajar hal-hal baru, dan lingkungan kerja yang mendukung pengembangan diri. Penelitian Ngoc et. al. menunjukkan bahwa bagi Generasi Z, pekerjaan bukan hanya sarana mencari nafkah, tetapi juga bagian dari identitas dan perjalanan hidup, sehingga faktor-faktor tersebut menjadi lebih penting dibandingkan sekadar jenjang karier atau nama besar perusahaan.¹²

Lebih lanjut, Arifin et. al. menekankan bahwa Generasi Z cenderung memiliki nilai-nilai yang bersifat *self-determined* dan *self-managed* dalam karier mereka, serta lebih mengedepankan pencapaian tujuan jangka panjang dan nilai pribadi.¹³ Selain itu, mereka juga memiliki keinginan untuk mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan potensi dan nilai pribadi, yang bisa mencerminkan perhatian terhadap keberlanjutan dan keseimbangan hidup.¹⁴ Mereka tidak segan-segan meninggalkan tempat kerja yang dinilai tidak

¹¹ Iuliia Tetteh, Aslihan Spaulding, and Marina Ptukhina, "Understanding the Job-Hopping Syndrome among Millennial Employees in the U.S. Food and Agribusiness Sector: A National Survey," *International Food and Agribusiness Management Review* 24, no. 1 (2021): 89–104.

¹² Thang Nguyen Ngoc et. al., "Generation Z Job Seekers' Expectations and Their Job Pursuit Intention: Evidence from Transition and Emerging Economy," *International Journal of Engineering Business Management* 14 (2022).

¹³ Arifin, Fitriana, and Yuniasanti, "Gen Z Generation: Does *Job hopping* Matter."

¹⁴ Roselina Ahmad Saufi et al., "Academic Person-Environment Fit towards Sustainable Work-Life Balance and Reduced Turnover Intention Moderated by Job Opportunities," *Sustainability* 15, no. 4 (February 13, 2023): 3397, <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/4/3397>.

mendukung nilai-nilai tersebut, meskipun secara materi perusahaan tersebut cukup menjanjikan.

Kondisi ini membuat tim sumber daya manusia perlu melakukan inovasi dalam menciptakan strategi retensi yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z. Pendekatan satu arah yang kaku tidak lagi efektif. Sebaliknya, HR harus mengembangkan strategi yang lebih personal dan empatik, memahami kebutuhan setiap individu karyawan. Hassan dan Jambulingam menyarankan pendekatan manajemen SDM yang berbasis pada empati dan pengalaman kerja yang disesuaikan secara personal agar karyawan merasa dihargai dan terhubung secara emosional dengan pekerjaannya.¹⁵

Pandemi COVID-19 juga mempercepat pergeseran nilai-nilai kerja di kalangan Generasi Z. Banyak dari mereka mulai mengevaluasi ulang tujuan hidup dan makna pekerjaan. Studi oleh Pawar & Pandit mengungkapkan bahwa setelah mengalami masa krisis global, Generasi Z menjadi lebih berani mengambil keputusan besar seperti berhenti bekerja jika mereka merasa tidak terpenuhi secara emosional atau tidak melihat peluang berkembang dalam karier mereka.¹⁶

Namun, di balik peluang yang muncul, fenomena *job hopping* juga membawa tantangan serius, terutama bagi perusahaan di bidang teknologi dan industri kreatif yang sangat bergantung pada inovasi dan tenaga muda. Shakya et. al. menyarankan agar perusahaan mengembangkan kebijakan pelatihan jangka pendek dan program rotasi kerja yang menarik untuk menjaga semangat dan menghindari kejenuhan, sehingga karyawan muda tetap merasa tertantang dan dihargai.¹⁷

¹⁵ Mahamudul Hassan and Manimekalai Jambulingam, "Trends of Turnover & Adopting Soft Hrm Strategies for the Retention of Millenials: Requirement of 21St Century," *8th International Conference on Modern Research in Management, Economics and Accounting* (2018): 139–151.

¹⁶ Jyothi Pawar and Ruchira Sanjay Pandit, "A Study on the Trend in Job Hopping Post Pandemic among Millennials and Gen Z," *PARIDNYA-The MIBM Peer Reviewed Journal* 9, no. 1 (2023): 01–12, <https://nelumbo-bsi.org/index.php/PARIDNYA/article/view/172912/116933>.

¹⁷ Alika Shakya, Ujjwal Bhattarai, and Baburam Timsina, "Unlocking Stability: Mitigating Job-Hopping Among Millennials in the Information Technology Sector," *American Journal of STEM Education: Issues and Perspectives* 8 (2025): 29–62.

Penting bagi perusahaan untuk tidak hanya memahami, tetapi juga merespons motivasi di balik perilaku *job hopping* ini. Dengan memahami nilai-nilai dan kebutuhan Generasi Z, organisasi dapat membangun lingkungan kerja yang lebih inklusif, mendukung, dan memberdayakan. Menurut Ngoc et. al., perusahaan yang mampu menyesuaikan diri dengan karakteristik Generasi Z memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan karyawan dan membangun tim yang solid dalam jangka panjang.¹⁸

Fenomena *job hopping* di kalangan Generasi Z telah menjadi topik yang menarik perhatian berbagai penelitian. Namun, sebagian besar studi yang telah dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada data statistik dan tren umum, sehingga belum mampu menggali secara mendalam motivasi personal yang melatarbelakangi keputusan untuk berpindah kerja. Pendekatan kuantitatif memang penting dalam memetakan pola, tetapi tidak cukup untuk memahami kompleksitas pengalaman subjektif, nilai, dan makna yang dirasakan oleh individu. Oleh karena itu, pendekatan kualitatif fenomenologis menjadi relevan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih utuh dan kontekstual mengenai alasan di balik perilaku *job hopping* pada Generasi Z.

Selain itu, keterbatasan lain terletak pada minimnya penelitian yang dilakukan dalam konteks Indonesia. Banyak temuan dalam literatur saat ini bersumber dari negara-negara Barat, yang tentu memiliki latar budaya, nilai kerja, dan dinamika organisasi yang berbeda dengan Indonesia. Padahal, faktor-faktor kontekstual seperti budaya kolektif, norma sosial, dan iklim organisasi lokal dapat memengaruhi cara Generasi Z memaknai pekerjaan dan mobilitas karier. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji fenomena ini dalam kerangka budaya Indonesia agar hasilnya relevan dan aplikatif bagi organisasi di dalam negeri.

Kabupaten Kediri dipilih sebagai lokasi penelitian karena merepresentasikan dinamika pasar tenaga kerja yang unik di kota tingkat dua.

¹⁸ Nguyen Ngoc et al., "Generation Z Job Seekers' Expectations and Their Job Pursuit Intention: Evidence from Transition and Emerging Economy."

Berbeda dengan kota-kota metropolitan besar yang memiliki keragaman industri yang sangat tinggi, Kediri menawarkan konteks di mana lapangan kerja didominasi oleh sektor-sektor spesifik seperti industri, pertanian, serta usaha kecil dan menengah (UMKM).¹⁹ Hal ini memungkinkan peneliti untuk mengamati fenomena *job hopping* dalam ekosistem kerja yang lebih terfokus dan stabil secara kultural, yang mungkin berbeda dengan motivasi di balik perpindahan kerja di kota-kota besar. Dengan demikian, penelitian di Kediri dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam dan spesifik mengenai bagaimana faktor-faktor seperti budaya lokal, jenis industri, dan ketersediaan peluang kerja memengaruhi keputusan karier Generasi Z, memberikan kontribusi unik pada literatur yang selama ini lebih banyak berfokus pada kota-kota besar.

Dengan adanya kesenjangan ini, peneliti merasa penelitian yang mengangkat motivasi *job hopping* secara kualitatif dan kontekstual di Indonesia menjadi sangat penting. Temuan dari studi semacam ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi organisasi dalam merancang strategi manajemen sumber daya manusia yang lebih responsif, empatik, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda saat ini.

B. Identifikasi Masalah

Beberapa masalah utama yang perlu diidentifikasi meliputi: (1) faktor-faktor pendorong yang membuat individu memilih untuk berpindah pekerjaan secara baik yang bersifat finansial, psikologis, maupun sosial; (2) kesenjangan antara harapan dan realita di tempat kerja yang memicu keputusan untuk resign; (3) dampak jangka panjang dari *job hopping* terhadap pertumbuhan karier dan stabilitas finansial individu; serta (4) tantangan bagi perusahaan dalam mempertahankan talenta muda di tengah budaya kerja yang semakin dinamis. Dengan memahami akar masalah ini, penelitian ini bertujuan untuk

¹⁹ Kuku Harianto, "Analisis Potensi Ekonomi Dalam Menetapkan Rencana Pembangunan Kabupaten Kediri Ditengah Pandemi Covid-19," *JAE (JURNAL AKUNTANSI DAN EKONOMI)* 6, no. 3 (November 1, 2021): 49–63, <https://ojs.unpkediri.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/16553>.

memberikan perspektif mendalam tentang kompleksitas di balik fenomena *job hopping* dan implikasinya bagi masa depan dunia kerja.

C. Fokus Penelitian

1. Apa faktor internal yang mendorong Generasi Z melakukan *job hopping*?
2. Bagaimana pengalaman subjektif para *job hopper* dalam memaknai stabilitas karier dan kebebasan berpindah pekerjaan?
3. Sejauh mana faktor eksternal memengaruhi keputusan untuk melakukan *job hopping*?
4. Bagaimana *job hopper* membentuk identitas profesional dan strategi *Self-branding* individu?

D. Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi faktor internal yang mendorong individu melakukan *job hopping*.
2. Menganalisis persepsi tentang stabilitas karier dan fleksibilitas, serta bagaimana konflik nilai ini memengaruhi keputusan untuk berpindah pekerjaan.
3. Mengeksplorasi peran faktor eksternal dalam membentuk perilaku *job hopping*.
4. Memahami dampak *job hopping* terhadap identitas profesional dan strategi *Self-branding* individu di pasar kerja.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah literatur ilmiah mengenai fenomena *job hopping*, khususnya di kalangan Generasi Z di Indonesia.
- b. Memberikan perspektif baru melalui pendekatan kualitatif terhadap motivasi kerja Generasi Z.
- c. Membantu pengembangan teori tentang perilaku kerja dan pengambilan keputusan karier generasi muda.

- d. Menyediakan dasar untuk studi lanjutan yang mengkaji hubungan antara nilai-nilai pribadi dan mobilitas kerja.

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan wawasan bagi praktisi HR dalam memahami motivasi di balik *job hopping* Generasi Z.
- b. Membantu organisasi merancang strategi retensi dan pengelolaan talenta yang lebih sesuai dengan karakteristik Generasi Z.
- c. Mendorong pengembangan lingkungan kerja yang fleksibel, inklusif, dan mendukung pertumbuhan pribadi.
- d. Mengurangi risiko *job hopping* dengan menyesuaikan kebijakan perusahaan terhadap ekspektasi generasi muda.
- e. Menjadi bahan pertimbangan dalam merancang program pelatihan, rotasi kerja, atau sistem karier yang lebih dinamis.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini berfokus pada eksplorasi motivasi di balik fenomena *job hopping* di kalangan generasi Z (kelahiran 1997-2012) di Indonesia, khususnya di sektor swasta. Studi dibatasi pada individu dengan riwayat berpindah pekerjaan minimal 3 kali dalam kurun 5 tahun terakhir, yang memiliki pengalaman kerja formal minimal 1 tahun di setiap tempat kerja. Ruang lingkup mencakup analisis motivasi intrinsik dan ekstrinsik (gaji, jenjang karier, lingkungan kerja), serta faktor eksternal seperti pengaruh budaya *hustle culture*, norma industri, dan dinamika pasar tenaga kerja digital. Penelitian tidak membahas *job hopping* di sektor informal, pekerja lepas (*freelancer*), atau alasan pindah kerja yang bersifat non-sukarela (seperti PHK). Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 3-4 partisipan di wilayah kabupaten Kediri, dengan pertimbangan karakteristik pasar kerja yang dinamis dan beragam di wilayah tersebut. Temuan penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran tentang pola pikir generasi muda dalam mengelola karier di era volatilitas ekonomi.

G. Penegasan Istilah

a. *Job hopping*

Dalam penelitian ini, *job hopping* didefinisikan sebagai perilaku berpindah pekerjaan secara sukarela lebih dari tiga kali dalam kurun lima tahun, dengan masa kerja di setiap perusahaan minimal satu tahun. Perilaku ini bersifat aktif dan disengaja, bukan disebabkan oleh faktor eksternal seperti PHK atau kontrak kerja berakhir.

b. Generasi Z (Gen Z)

Kelompok demografis yang lahir antara tahun 1997–2012 (berusia 12–27 tahun). Gen Z dalam penelitian ini dibatasi pada mereka yang telah memasuki dunia kerja (minimal 18 tahun). Ciri khasnya adalah kemahiran teknologi, preferensi terhadap fleksibilitas, dan orientasi pada pengembangan diri.

c. Motivasi Intrinsik

Dorongan internal yang mendorong *job hopping*, seperti kebutuhan aktualisasi diri, pencarian tantangan baru, atau ketidakcocokan nilai pribadi dengan budaya perusahaan.

d. Motivasi Ekstrinsik

Faktor eksternal yang memengaruhi keputusan berpindah kerja, termasuk imbalan finansial, jenjang karier, reputasi perusahaan, atau tekanan sosial.

e. Fenomenologi

Pendekatan kualitatif yang berfokus pada pemahaman pengalaman subjektif partisipan terkait *job hopping*. Data diperoleh melalui wawancara mendalam untuk mengungkap makna di balik tindakan mereka.

f. *Hustle Culture*

Budaya kerja yang mendorong produktivitas berlebihan, *side hustle*, dan mobilitas karier tinggi, sering kali diromantisasi melalui media sosial. Dalam penelitian ini, konsep ini dikaji sebagai salah satu faktor pendorong *job hopping*.

H. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian (teoritis dan praktis), ruang lingkup, penegasan istilah, serta sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN PUSTAKA

Bab ini membahas teori-teori yang relevan dengan fenomena *job hopping*, meliputi:

1. Definisi *job hopping*
2. Aspek *job hopping*
3. Faktor *job hopping*
4. Teori motivasi
5. Penjelasan umum tentang Generasi Z
6. Penelitian terdahulu yang terkait dengan *job hopping*
7. Kekhasan penelitian

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metodologi penelitian, termasuk:

1. Pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi.
2. Teknik pengumpulan data (wawancara mendalam).
3. Kriteria partisipan.
4. Proses analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan temuan penelitian berdasarkan analisis data.

BAB V PEMBAHASAN

1. Interpretasi hasil terkait motivasi di balik *job hopping*.
2. Pembahasan yang menghubungkan temuan dengan teori-teori yang ada.

BAB VI: PENUTUP

Bab terakhir ini berisi:

1. Kesimpulan menyeluruh dari penelitian.
2. Implikasi penelitian.
3. Saran bagi perusahaan, pekerja, dan peneliti berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat semua referensi yang digunakan dalam penelitian, baik buku, jurnal, maupun sumber *online*, dengan format Turabian 8th edition (full note).

LAMPIRAN

Berisi transkrip wawancara dan dokumen pendukung lainnya.