

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Budaya populer adalah budaya yang dimana para kaum intelektual atau biasa disebut kaum elite meng-hegemoni sebuah masyarakat untuk membenarkan dan meniru semua tindakan atau ajakan yang mereka tawarkan kepada masyarakat melalui sebuah medium yaitu media massa.<sup>1</sup> *Pop culture* atau disebut budaya populer memang selalu menarik untuk dikaji. Bagaimana tidak, jika ditelaah dengan pengamatan yang mendalam, keberadaan budaya populer bisa jadi merupakan refleksi dari keberadaan peradaban manusia itu sendiri, pada waktu itu. Dalam artian, jika ingin melihat fenomena yang sedang terjadi cukup amati melalui budaya yang tengah berkembang. Namun di lain pihak, keberadaan budaya populer sering dianggap sebagai sebuah kewajaran. Maksudnya, apapun fenomena yang tengah berlaku dalam masyarakat cenderung dianggap hanya sebagai dampak dari perkembangan masa. Maka dari itu, nilai lebih dari sebuah budaya populer sering terabaikan. Jika diamati lebih dalam, segala bentuk perkembangan dapat saja dikategorikan sebagai budaya populer. Perkembangan musik, misalnya, merupakan salah satu contoh yang paling dekat. Yang menarik dari kasus ini adalah bahwa ternyata musik dinilai sebagai hal yang dianggap dekat dengan remaja, dan disisi lain, remaja

---

<sup>1</sup> Greame Burton, *Media dan Budaya Populer*,....., hal. 82

merupakan suatu bahasan yang selalu mengundang ransangan untuk selalu ditelaah. Menurut pandangan Idi, media dan budaya populer adalah semacam lanskap budaya yang dipraktikkan, disebarkan, dipasarkan, dan dimediakan dalam kehidupan sehari-hari di tengah masyarakat Indonesia kontemporer. Contoh-contohnya dapat diresapi sendiri lewat iklan, sinetron, infotainment (gosip), film, dan berbagai program-program televisi saat ini. Dari semua produk media inilah terbentuk budaya sehari-hari masyarakat Indonesia kontemporer.

Idi juga menjelaskan bahwa untuk memaknai *popscape* yang dihasilkan oleh *mediascape* dalam konteks masyarakat Indonesia kontemporer (Idi Subandy Ibrahim adalah seorang peneliti media dan budaya). Ia juga adalah salah satu dosen luar biasa untuk penulisan kreatif pada Program Studi Manajemen Komunikasi Universitas Islam Bandung. Sejauh ini, selain menjadi penulis aktif (sekaligus editor dan kontributor) untuk kajian budaya dan komunikasi di Indonesia, Idi telah menerjemahkan (dan menyunting) beberapa buku bertema budaya dan komunikasi (serta beberapa disertasi dan esai) dari beberapa ahli tentang Indonesia, yang mengkaji kebudayaan Indonesia).

Tidak perlu membandingkan budaya populer dalam dikotomi “budaya adiluhung” (*high culture*) dan “budaya rendah” (*low culture*). Akan tetapi lebih dari itu, memaknai media dan budaya sebagai lanskap berarti perlu secara kritis melihat bahwa pesan-pesan dan teks-teks media dan budaya pop yang sama akan berdampak dan diresepsi (diakses) secara

berbeda oleh masyarakat (khalayak) yang berbeda. Artinya, pengaruh media dan budaya populer sangat bergantung pada konteks produksi dan resepsi serta konteks sosial-budaya khalayak (tanpa mengesampingkan konteks distribusi dan konsumsi khalayak terhadap media dan budaya populer). Di sinilah negosiasi makna menjadi kekuatan simbolik dalam ritual komunikasi sehari-hari, dimana masing-masing kekuatan (ekonomi, politik, dan ideologi) saling bersaing untuk menguasai medan makna berdasarkan kekuatan simbolik yang mereka miliki dalam perbendaharaan budaya sehari-hari.

Budaya tersebut (budaya populer) juga saya rasakan di daerah tempat tinggal saya yang notobene mayoritasnya adalah masyarakat menengah kebawah. Budaya populer yang melanda daerah saya adalah banyaknya pengguna sepeda fixie, Hal itu disebabkan banyaknya brosur-brosur yang selalu disebar di setiap rumah, banyaknya sponsor yang mempromosikan sepeda fixie melalui media cetak seperti Jawa Pos, Kompas Media dll, dan gencarnya para produsen sepeda fixie tersebut mempromosikan di setiap acara televisi yang sering di saksikan para masyarakat. Hal-hal itu lah yang tidak dapat dipungkiri lagi sebagai pelaku lahirnya budaya populer yang melanda masyarakat di daerah sekitar saya. Tidak hanya itu, hegemoni juga dilakukan oleh para pemilik sepeda fixie kepada masyarakat yang ingin mencari sebuah sepeda untuk para kerabatnya atau komunitasnya. Dimana para pemilik tersebut selalu mengunggulkan sepeda fixie daripada sepeda standart. Hal itu juga yang

mempengaruhi budaya populer sepeda fixie berkembang pesat di daerah sekitar rumah saya. Itu lah salah satu contoh budaya populer yang sedang melanda di kebanyakan daerah di Surabaya karena pengaruh dari media massa dan sebagainya.

Tren sepeda Fixie terus mewabah di kota Surabaya hampir disemua kalangan umur, dari anak-anak, dewasa sampai generasi tua yang tentu senang dengan kegiatan bersepeda. Mungkin kegiatan bersepeda santai khususnya di kota Surabaya sudah diterapkan. Selain untuk mengurangi dampak pemanasan global, bersepeda juga bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Yang biasanya kemana-mana menggunakan sepeda motor atau mobil, dengan bersepeda tubuh kita akan dipaksa bergerak seiring roda sepeda yang berputar. Beragam jenis sepeda pun mulai mengisi jalanan yang kian padat kota-kota besar seperti di Surabaya ini. Mulai dari sepeda balap, sepeda gunung, hingga yang paling kini digemari anak muda adalah sepeda Fixie.

Sepeda Fixie sebenarnya terinspirasi dari sepeda balap volodrome yang dimodifikasi. Sehingga bisa digunakan untuk melakukan trik atau atraksi. Sepeda Fixie tanpa rem, gear belakang fix atau mati, sehingga pedal terus berputar selama roda menggelinding. Itulah perbedaan mendasar yang menjadi ciri khas sepeda fixie. Bisa bergerak maju mundur, karena menggunakan *fixed gear*. Satu lagi ciri khas sepeda fixie adalah warnanya yang beragam sesuai dengan selera pemilik, serat ban tipis yang biasanya juga berwarna-warni.

Kekhasan inilah yang membuat sepeda fixie diminati kalangan anak muda perkotaan seperti di Surabaya ini. Namun demikian banyak pula dari kalangan anak-anak dan generasi tua yang menggemarinya. Tidaklah sukar menemukan komunitas sepeda Fixie di Surabaya. Setiap Jumat malam atau Minggu pagi, di area taman-taman kota seperti Taman Apsari dan Taman Bungkul, dapat dijumpai puluhan bahkan ratusan anak muda dengan fixie kebanggaannya masing-masing. Selain gowes bersama, mereka juga berkumpul untuk sekedar ngobrol ataupun nongkrong. Komunitas fixie biasanya melakukan trick di tengah-tengah acara kumpul mereka.

Adanya sebuah komunitas sepeda fixie disebabkan oleh pengaruh dari sebuah media massa, hal itu disebabkan banyaknya media cetak yang mempromosikan sepeda fixie, media cetak yang digunakan untuk mempromosikan sepeda fixie adalah koran Jawa Pos. Jawa Pos disini sangat berperan penting dalam berkembangnya sebuah komunitas sepeda fixie, dengan adanya Jawa Pos masyarakat jadi lebih banyak mengetahui tentang sepeda fixie. Berbicara tentang komunitas sepeda fixie Surabaya, cobalah mengenal pengguna sepeda fixie yang ada di manukan Surabaya, meskipun yang saya ketahui kota Surabaya ini juga mempunyai banyak sekali komunitas pecinta sepeda fixie seperti, tapi gak ada salahnya jika yang pertama ini kita melihat salah satu gengnya yang cukup terkenal. Adalah *Bird Fixed Gear* (BFG) salah satu komunitas sepeda fixie di

daerah Manukan Surabaya. BFG terbentuk pada tahun 2010, tepatnya tanggal 19 Maret atas inisiatif para biker fixie Manukan.

Untuk mengumpulkan para biker fixie di daerah Manukan dan sekitarnya. Komunitas sepeda yang bermarkas di Barokah Service sepeda daerah Manukan ini mempunyai anggota kurang lebih 25 orang. Semua anggota adalah para biker fixie di Manukan, tapi BFG juga menerima biker Mountain Bike (MTB) sebagai anggota, dan Rizal Haryawan sebagai koordinator dari BFG.

Dalam seminggu BFG mempunyai jadwal gowes tiap Rabu, Jumat dan Minggu. Untuk Rabu dan Jumat jadwalnya night riding mulai pukul 7 malam berkumpul di bengkel. Sedangkan di hari minggu jadwal gowes pagi, mulai pukul 6 pagi dan berkumpul di salah satu pusat perbelanjaan Manukan. Komunitas BFG bekerja sama dengan semua *komunitas Fixed Gear* yang ada di Surabaya, terutama portal Fixed Gear di Surabaya yaitu *Surabaya Fixed Gear*.

Sedangkan *Surabaya Fixed Gear* sendiri Terbentuk April 2010, yang mempunyai visi dan misi yaitu menyatukan pengguna Sepeda Fixie diseluruh Surabaya dan sekitarnya, sehingga tercipta komunitas sepeda fixie yang peduli dengan lingkungan. Mereka (SFG) mempunyai jadwal ngumpul bareng pada hari rabu malam sekitar pukul 19.00 WIB di KBS ( *Kebun Binatang Surabaya* ), jadwal gowes dan lainnya adalah Hari Jum'at, pukul 19.00 WIB bertempat di Glamrock Shop Surabaya, nah

kalau Hari Minggu komunitas sepeda fixie ini nongkrong pukul 06.00 WIB biasanya di Depan Bank JATIM Taman Bungkul Surabaya.

Oleh karena itu dari fenomena diatas penulis merasa tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut mengenai budaya populer yang sedang tren dikalangan remaja, baik didalam satu komunitas maupun komunitas lainnya. Penelitian ini berjudul “**MEDIA DAN BUDAYA POPULER REMAJA KOTA SURABAYA**”.

#### **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dibuat rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian dalam pembahasan skripsi yakni;

1. Bagaimana persepsi remaja kota Surabaya tentang komunitas Sepeda Fixie?
2. Bagaimana peranan media massa membentuk gaya hidup remaja kota Surabaya (komunitas sepeda fixie di taman bugkul Surabaya)?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Sehubungan dengan rumusan masalah yang dipaparkan diatas, maka penelitian yang akan dilakukan memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui komunitas Sepeda Fixie yang ada di kota Surabaya.
2. Untuk mengetahui peranan media massa sebagai gaya hidup remaja kota Surabaya (komunitas sepeda fixie di taman bungkul Surabaya).

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap berkembangnya ilmu-ilmu sosial, khususnya ilmu komunikasi yang berbasis pada pengembangan penelitian kajian budaya populer dari perspektif *cultural studies* dan komunikasi massa. Serta dapat dipakai sebagai acuan bagi penelitian-penelitian sejenis untuk tahapan selanjutnya.

##### 2. Secara Praktis :

Manfaat secara praktis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memahami fenomena merebaknya budaya pop akibat globalisasi dan cara menghadapinya melalui pemahaman terhadap *media literacy* dan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang budaya populer yang terjadi dikota Surabaya.

#### **E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu**

Sebagai bahan pertimbangan bagi penelitian ini, penulis mencari referensi hasil penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan pada fokus penelitian yang ingin diteliti. Adapun penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai referensi antara lain :

Tabel 1.1 : *Kajian Hasil Penelitian Terdahulu*

No	Nama Peneliti	Jenis karya	Tahun Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Temuan Penelitian	Tujuan Penelitian	Perbedaan
01.	Ana Zahida	Skripsi	2010	Kualitatif	Budaya pop dan gaya hidup (studi pada korea lovers di makassar).	Untuk mengetahui gaya hidup dan faktor-faktor yang menyebabkan tingkat pengaruh media terhadap individu korea lovers.	Subyek dan lokasi penelitian
02.	Medi Adioksa	Artikel	2008	Kualitatif	Budaya populer dan refleksi remaja	Untuk mengetahui apakah benar budaya populer merupakan refleksi dari kehidupan nyata yang sedang berlangsung, apakah ini merupakan gambaran dari kemerosotan remaja?	Subyek dan lokasi penelitian
03.	Lukas Bujang IPL	Artikel	2009	Kualitatif	Menyimak pergeseran budaya dikalangan remaja dan perilaku hedonisme dikalangan remaja.	Untuk mengetahui dampak globalisasi tanpa harus terjerat kedalam arus pendangkalan hidup post-modernisasi dan bagaimana hal tersebut tidak menggerogoti nilai-nilai positif yang menjadi warisan budaya kita.	

## F. Definisi Konsep

Konsep pada hakikatnya merupakan istilah, yaitu satu kata atau lebih yang menggambarkan suatu gejala atau menyatakan suatu ide ( gagasan ) tertentu.<sup>2</sup> Untuk memperoleh pemahaman mengenai penelitian yang akan dilakukan, maka penulis perlu menjelaskan definisi konsep sesuai dengan judul. Hal itu dikarenakan untuk menghindari kesalahpahaman dalam penelitian ini. Adanya pencantuman definisi operasional ini adalah untuk lebih memudahkan pemahaman pembahasan dalam penelitian ini, peneliti akan menjelaskan beberapa istilah yang erat kaitannya dengan penelitian, diantaranya sebagai berikut:

### 1. Media :

Media adalah salah satu alat komunikasi yang mengalami perkembangan pesat dikalangan remaja, dengan adanya media proses komunikasi dapat berjalan dengan lancar. Dalam hal ini media yang dimaksud adalah media massa. Media massa adalah media yang dapat kita temukan dengan mudah. Media massa juga menggunakan kaidah-kaidah jurnalistik dalam sistem kerja mereka, sedangkan media massa yang dimaksud disini adalah media cetak.

Media cetak merupakan bagian dari media massa yang digunakan dalam penyuluhan. Media cetak mempunyai karakteristik yang penting. Literatur dalam pertanian dapat di temui dalam artikel, buku, jurnal, dan majalah secara berulang-ulang terutama untuk

---

<sup>2</sup> Irawan Soeharto, Metode Penelitian Sosial, ( Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002). Hal.4

petani yang buta huruf dapat mempelajarinya melalui gambar atau diagram yang diperlihatkan poster. Media cetak membantu penerimaan informasi untuk mengatur masukan informasi tersebut. Lebih jauh lagi media cetak dapat di seleksi oleh pembacanya secara mudah dibandingkan dengan berita melalui radio dan televisi.<sup>3</sup>

Para remaja sering kali menggunakan media cetak untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, terutama pada remaja komunitas sepeda fixie di Taman Bungkul Surabaya. Mereka menggunakan media ini untuk mempromosikan komunitas yang sudah didirikannya sejak lama, serta untuk menambah peminat dari komunitas sepeda fixie.

## 2. Budaya Populer :

Budaya populer adalah totalitas ide, perspektif, perilaku, citra dan fenomena lainnya yang dipilih oleh konsensus informal di dalam arus utama sebuah budaya, khususnya oleh budaya barat di awal hingga pertengahan abad ke-20 dan arus utama global yang muncul pada akhir abad ke-20 dan awal abad ke-21. Dengan pengaruh besar dari media massa, kumpulan ide ini menembus kehidupan sehari-hari masyarakat.

---

<sup>3</sup> <http://id.shvoong.com/writing-and-speaking/2060387-pengertian-media-cetak/19/12/2012/>  
02:04:29

### 3. Remaja :

Remaja berasal dari kata latin *adolensence* yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah *adolensenc* mempunyai arti yang lebih luas lagi yang mencakup kematangan mental, emosional sosial dan fisik.<sup>4</sup> Pada masa ini sebenarnya tidak mempunyai tempat yang jelas karena tidak termasuk golongan anak tetapi tidak juga golongan dewasa atau tua.

Seperti yang dikemukakan bahwa masa remaja menunjukkan dengan jelas sifat transisi atau peralihan karena remaja belum memperoleh status dewasa dan tidak lagi memiliki status anak. Menurut Sri Rumini & Siti Sundari masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek/ fungsi untuk memasuki masa dewasa.<sup>5</sup>

Remaja yang dimaksud disini adalah sebuah komunitas yang berada dikota Surabaya, dimana komunitas remaja tersebut beranggotakan beberapa orang yang mempunyai usia dari 17-20 tahun. Komunitas remaja ini bernama komunitas sepeda fixie di Taman Bungkul Surabaya, komunitas ini berdiri cukup lama dimana peminatnya adalah para remaja.

Didalam komunitas ini para remaja menghabiskan waktunya untuk berkumpul bersama teman-temannya. Banyak hal yang dilakukan para remaja ini, tidak hanya berkumpul saja akan tetapi

---

<sup>4</sup> Hurlock, *Psikologi Perkembangan, ....*, (Jakarta: Erlangga, 1992) hal 34.

<sup>5</sup> Sri Rumini dan Siti Sundari, *Perkembangan anak dan Remaja, ...* hal 53.

mereka juga menciptakan sesuatu yang baru yang bisa meningkatkan kualitas dari komunitas yang mereka dirikan sudah sejak lama.

#### 4. Persepsi :

Menurut Rakhmat Jalaludin persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Sebagai cara pandang, menurut Atkinson dan Hilgard persepsi timbul karena adanya respon terhadap stimulus. Stimulus yang diterima seseorang sangat kompleks, stimulus masuk kedalam otak, kemudian diartikan, ditafsirkan serta diberi makna melalui proses yang rumit baru kemudian dihasilkan persepsi.<sup>6</sup> Ada beberapa faktor yang menentukan persepsi yaitu :

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal. Yang menentukan persepsi bukan jenis atau stimuli, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimuli itu.<sup>7</sup> Faktor-faktor fungsional yang mempengaruhi persepsi lazim disebut sebagai kerangka rujukan. Dalam kegiatan komunikasi, kerangka rujukan mempengaruhi bagaimana orang memberikan makna pada pesan yang diterimanya. Menurut McDavid dan Harari, para psikologi menanggapi kerangka rujukan

---

<sup>6</sup> Setia budi, "Tinjauan Pustaka", *Jurnal Analisis Sosial*, hlm. 1

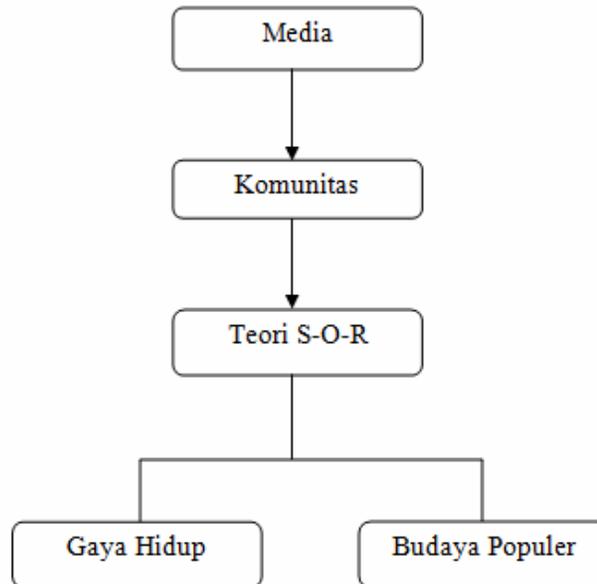
<sup>7</sup> Rakhmat Jalaluddin, *psikologi komunikasi*, ...., hlm 55

ini amat berguna untuk menganalisa intepertasi perseptual dari peristiwa yang dialami.

Selain faktor fungsional yang menentukan persepsi, ada beberapa faktor lain yang dapat menentukan persepsi, salah satunya faktor struktural. Faktor struktural berasal semata-mara dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkanny pada system saraf individu. Para psikolog Gestalt, seperti Kohler, Wartheimer, dan Koffka, merumuskan prinsip-prinsip persepsi yang bersifat structural. Prinsip-prinsip ini kemundian terkenal dengan nama teori Gestalt. Menurut teori Gestalt, mempersepsi sesuatu, kita mempersepsikannya sebagai suatu keseluruhan. Dengan kata lain, kita tidak melihat bagian-bagiannya. Jika kia ingin memahami suatu peristiwa, kita tidak dapat meneliti fakta-fakta yang terpisah; kita harus memandangnya dalam hubungan keseluruhan.

Pada persepsi sosial, pengelompokan tidak murni structural; sebab apa yang dianggap sama atau berdekatan oleh seorang individu, tidaklah dianggap sama atau berdekatan dengan individu yang lainnya. Dalam komunikasi, dalil kesamaan dan kedekatan ini sering dipakai oleh komunikator untuk meningkatkan kredibilitasnya, atau mengakrabkan diri dengan orang-orang yang punya prestise tinggi.

### G. Kerangka Pikir Penelitian



Bagan diatas menggambarkan proses terbentuknya budaya populer berasal dari adanya pesan media yang membentuk sebuah komunitas, sehingga dari adanya komunitas tersebut muncul gaya hidup dan terbentuklah budaya populer.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori model S-O-R. Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus – Organism – Response ini semula berasal dari psikologi. Kalau kemudian menjadi juga teori komunikasi, tidak mengherankan, karena objek material dan psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi.

Menurut stimulus response ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat megarapkan

dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Jadi, unsur-unsur dalam model ini adalah :

- a Pesan (*Stimulus*, S)
- b Komunikan (*Organism*, O)
- c Efek (*Response*, R)

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan. Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah, hanya jika stimulus yang menerpa benar-benar melebihi semula.<sup>8</sup>

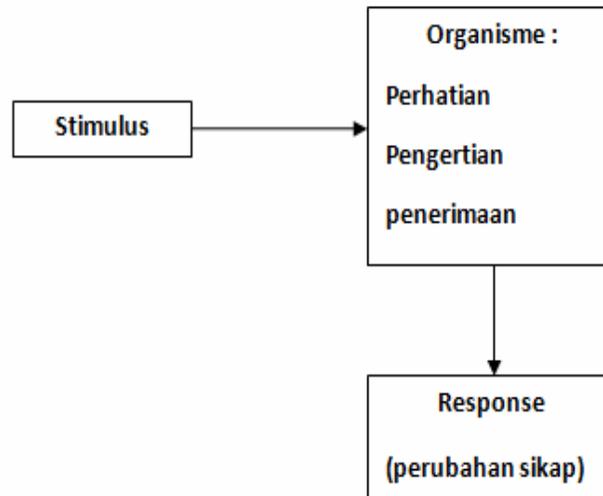
Prof. Dr. Mar’at dalam bukunya “Sikap Manusia”, perubahan serta pengukurannya, mengutip pendapat Hovland, Janis, dan Kelley yang menyatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu :

- a Perhatian
- b Pengertian
- c Penerimaan

---

<sup>8</sup>Onong Uchyana, *Ilmu, Teori dan filsafat komunikasi*, hal. 254-256.

Gambar Teori S-O-R



Gambar diatas menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikan akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan.

Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya, setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

#### H. Metode Penelitian

Metode Penelitian adalah seperangkat pengetahuan tentang langkah-langkah yang sistematis dan logis tentang pencarian data yang berkenan dengan masalah tertentu yang diolah, dianalisis, diambil kesimpulan dan selanjutnya dicarikan langkah pemecahannya.<sup>9</sup>

<sup>9</sup> Wahdi Bahtiar, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Logos,2001) hal. 1.

## **1. Pendekatan dan jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan suatu fenomena tertentu dengan bertumpu pada prosedur-prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan perilaku suara utuh.

Penelitian ini memilih pendekatan penelitian kualitatif dikarenakan permasalahan penelitian bersifat utuh, kompleks, dinamis dan penuh makna. Serta penelitian bermaksud memahami situasi sosial secara mendalam, menemukan pola hipotesis dan teori. Disini peneliti melakukan penelitian dengan terjun langsung kelapangan, mendiskripsikan dan mengkonstruksi realitas yang ada dan melakukan pendekatan terhadap sumber informasi, sehingga diharapkan data yang didapatkan akan lebih maksimal.

## **2. Subjek, obyek dan lokasi penelitian**

### **a. Subyek Penelitian**

Subyek penelitian ini adalah informan yang memberikan informasi mengenai media dan budaya populer remaja kota Surabaya (Komunitas Sepeda Fixie di Taman Bungkul).

### **b. Obyek Penelitian**

Keilmuan komunikasi yang dalam penelitian ini dijadikan obyek penelitian adalah budaya populer komunitas sepeda fixie di daerah Taman Bungkul Surabaya.

c. Lokasi Penelitian

Penelitian ini memilih lokasi di daerah Taman Bungkul Surabaya, tepatnya di Jalan Darmo.

### 3. Jenis dan Sumber Data

Untuk keakuratan data, penelitian ini digali dari beberapa jenis dan sumber data, antara lain:

a. Jenis data

Data primer yang merupakan data pokok dari penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari perorangan, dan kelompok.<sup>10</sup> Pada penelitian ini data mengenai media dan budaya populer remaja kota Surabaya ini diambil dari remaja yang ada di kota Surabaya, khususnya pada remaja di komunitas sepeda fixie di Taman Bungkul.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.<sup>11</sup> Selain itu data sekunder ini berbentuk data sudah tersedia misalnya sejarah tentang munculnya budaya populer, media dan profil remaja kota Surabaya.

b. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

---

<sup>10</sup> Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (PT. Rajagrafindo Persada, 2006), hlm 29.

<sup>11</sup> Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, hlm. 42

### 1). Informan

Dalam hal ini informan merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.<sup>12</sup> Adapun pemilihan informan akan dipilih sesuai dengan kriteria tertentu agar data yang didapat lebih mendalam dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh penulis. Kriteria informn dalam penelitian ini adalah:

- a. Remaja dari komunitas sepeda fixie di Taman Bungkul Surabaya.
- b. Merupakan para remaja yang berperan aktif dalam komunitas sepeda fixie di Taman Bungkul Surabaya.

Tabel 1.3

Daftar nama-nama informan

No	Nama informan	Usia
1.	Rizal Haryawan	20 tahun
2.	Akbar cahyadiyntha	17 tahun
3.	Aditya cahyo	19 tahun
4.	Putri amelia	17 tahun
5.	Septian	18 tahun

### 2). Dokumen

Keterangan-keterangan berbentuk tertulis yaitu mengumpulkan data-data melalui tulisan atau bahan tertulis yang berhubungan dengan masalah-masalah penelitian.

<sup>12</sup> Iskandar Wirjokusumo dan Soemardji Ansori, *Metode Penelitian Kualitatif* (Penerbit: Unesa Univercity Press, 2009), hlm. 10

#### **4. Tahap-Tahap Penelitian**

Ada 3 tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini, yakni:

##### **a. Pralapangan**

Tahap ini merupakan tahapan persiapan sebelum penelitian dilakukan, adapun langkah-langkahnya adalah:

##### **1) Menyusun rancangan penelitian**

Penelitian ini dimulai dengan menentukan lapangan atau lokasi yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian. Membuat rumusan masalah yang akan diteliti dari fenomena yang ada dilapangan. Kemudian mencari informan yang terkait. Setelah itu segala hal mengenai hal yang diteliti dan metodologinya dituangkan dalam proposal penelitian.

##### **2) Mengurus perizinan**

Setelah proposal penelitian disetujui, dilanjutkan mengurus surat izin penelitian untuk melakukan wawancara dan observasi data-data yang dibutuhkan.

##### **3) Menyiapkan perlengkapan penelitian**

Sebelum penelitian dilakukan, penulis mempersiapkan alat yang menunjang jalanya wawancara dan observasi dilapangan. Peneliti menyiapkan book note, tape recorder, kamera, dll agar hasil yang diperoleh lebih maksimal.

b. Penelitian/Pelaksanaan Lapangan

Sebelum melakukan wawancara lapangan, penulis melakukan observasi lapangan terlebih dahulu. Melakukan pendekatan kepada informan dalam penelitian serta melakukan pengamatan secara langsung seputar data. selanjutnya membuat pedoman wawancara seputar hal-hal yang ingin diteliti. Kemudian mengumpulkan data yang diperoleh untuk dikaji dan dianalisa lebih lanjut.

c. Laporan

Setelah tahap lapangan selesai penulis membuat dan menyusun laporan yang berisi kegiatan yang telah dilakukan dalam bentuk tulisan.

## 5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan peneliti untuk memperoleh data kualitatif adalah sebagai berikut:

a. Wawancara mendalam (*Depth Interview*)

Wawancaramendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini akan dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Setelah itu penulis akan mengumpulkan dan mengklasifikasikan data yang diperoleh.

b. Observasi terlibat (*participatory observation*)

Sebagai metode ilmiah observasi ini bisa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis tentang fenomena-fenomena yang diselidiki.<sup>13</sup> Dalam penelitian ini peneliti akan mengamati secara langsung.

c. Dokumentasi

peneliti mengumpulkan berbagai macam dokumen dari hasil penelitian yang sudah dilengkapi data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

## 6. Tehnik analisis data

Dalam menganalisis data yang penulis peroleh dari observasi, interview, dan dokumentasi, penulis menggunakan tehnik analisis deskriptif kualitatif.

Ada tiga alur kegiatan dalam tehnik analisis data, yaitu:

a. Reduksi Data

1) Proses pemilihan kata-kata, pemusatan focus penelitian.

b. Display Data

1) Pengelompokan data dan analisis data.

c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi.

## 7. Tehnik pemeriksaan keabsahan data

Adapun cara-cara yang digunakan peneliti untuk hal tersebut diatas adalah sebagai berikut :

---

<sup>13</sup> Sutrisno Hadi, Metodologi Research II (Yogyakarta: Andi Offset, 1990), hlm. 136

- a. Perpanjangan keikutsertaan, maksudnya peneliti akan memungkinkan untuk meningkatkan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan, serta dapat menguji kebenaran informasi, baik yang berasal dari diri sendiri maupun dari responden dan membangun kepercayaan informan.
- b. Ketekunan pengamat, maksudnya memberi ciri-ciri dan unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan permasalahan atau isu yang sedang diteliti, dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.
- c. Triangulasi, maksudnya peneliti melakukan perbandingan dan mengecek hasil ulang suatu data yang dihasilkan dari wawancara. Dengan demikian data yang diperoleh akan menjadi data yang objektif. Arti Triangulasi sendiri adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan suatau yang lain diluar itu, untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

## **I. Sistematika Pembahasan**

Pembahasan skripsi ini dipetakan menjadi beberapa bab, dan berikut sub bab nya sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan ini, berisikan tentang latar belakang masalah yang diangkat dari judul penelitian ini, rumusaln

masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konseptual dan sistematika pembahasan.

**BAB II : KAJIAN TEORETIS**

Pada bab ini diuraikan tentang landasan teori yang bersumber dari referensi-referensi atau keputustakaan yaitu membahas tentang; (komunikasi tradisional, dan model analisis penelitian kualitatif).

**BAB III : METODE PENELITIAN**

Pada bab ini membahas tentang metode yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian. Yang di dalamnya berisi tentang pendekatan dan jenis-jenis penelitian, unit analisis, jenis dan sumber data, tahapan-tahapan penelitian dan tehnik pengumpulan data.

**BAB IV : PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA**

Pada bab ini berisi tentang deskripsi obyek penelitian, penyajian data, analisis data, dan pembahasan.

**BAB V : PENUTUP**, Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran-saran yang dapat dijadikan suatu kontribusi yang positif bagi semua pihak.