MEDIA *INSTAGRAM* DAN GAYA HIDUP REMAJA ANGGOTA KOMUNITAS GRESIK *DOODLE ART*

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) Dalam Bidang Ilmu Komunikasi

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Disusun Oleh:

Dinda Silvia

NIM. B96214116

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

JURUSAN KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2018

PERNYATAAN KEASLIAN HASIL KARYA

Bismillahirrahmanirrahim

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Dinda Silvia

NIM : B96214116

Prodi : Ilmu Komunikasi

Alamat : Ds. Banyuurip, RT. 04/ 02, Kec. Kedamean, Kab. Gresik

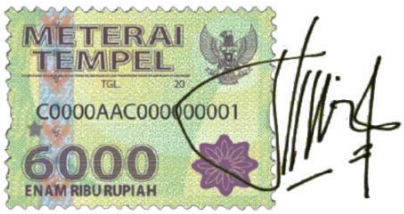
Judul : Media *Instagram* dan Gaya Hidup Remaja Anggota Komunitas Gresik *Doodle Art*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan kepada lembaga pendidikan tinggi manapun untuk mendapatkan gelar akademik apapun.
2) Skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain.
3) Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi, saya akan bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 24 Juli 2018

Yang Menyatakan,



Dinda Silvia

NIM. B96214116

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama	: DINDA SILVIA
NIM	: B96214116
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul	: Media *Instagram* dan Gaya Hidup Remaja Anggota Komunitas Gresik *Doodle Art*

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan

Surabaya, 12 Juli 2018

Dosen Pembimbing,

Dr. Arif Ainur Rofiq, S. Sos. I, M. Pd. Kons

NIP. 197708082007101004

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Dinda Silvia ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 24 Juli 2018

Mengesahkan

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dekan,

Dr. H. Abd. Halim, M. Ag
NIP. 196307251991031003
Penguji I

Dr. Arif Ainur Rofiq, S. Sos. I, M. Pd. Kons
NIP. 197708082007101004
Penguji II

Dr. Moch. Choirul Arief, S. Ag, M. Fil. I
NIP. 197110171998031001
Penguji III

Pardianto, S. Ag., M. Si
197306222009011004
Penguji IV

Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S. Ip, M. Si

NIP. 197301141999032004

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN
Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dinda Silvia

NIM : B96214116

Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

E-mail address : dindasilvia34@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :
☑ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (……)
yang berjudul :
MEDIA *INSTAGRAM* DAN GAYA HIDUP REMAJA ANGGOTA KOMUNITAS GRESIK *DOODLE ART*

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara ***fulltext*** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 31 Juli 2018

Penulis

(Dinda Silvia)

ABSTRAK

Dinda Silvia, B96214116, 2018. Media *Instagram* dan Gaya Hidup Remaja Anggota Komunitas Gresik *Doodle Art*. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : *Instagram*, Gaya Hidup, Remaja, Anggota Komunitas Gresik *Doodle Art*

Skripsi dengan judul "*Instagram* dan Gaya Hidup Remaja Anggota Komunitas Gresik *Doodle Art*" adalah hasil penelitian kulaitatif. Penelitian ini memiliki fokus pada bagaimana anggota komunitas Gresik *doodle art* mengkonsumsi media *instagram* dan bagaimana gaya hidup personal yang tergabung pada Komunitas Gresik *doodle art*.

Untuk mengungkap masalah tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, dengan pendekatan tersebut berguna untuk menghasilkan uraian mengenai fakta dan data yang kemudian di analisis dekskriptif menggunakan teori gaya hidup Adorno.

Dalam penelitian ini disimpulkan bahwa anggota komunitas Gresik *doodle art* mengkonsumsi media *instagram* sebagai sumber media informasi, media *instagram* digunakan sebagai referensi acuan dalam berkarya, memanfaatkan fitur dalam media *instagram* sebagai media hiburan dan eksisitensi sebuah karya, dan gaya hidup personal komunitas Gresik *doodle art* menjadi gaya hidup hedonis yang dipengaruhi oleh beberapa faktor internal dan faktor eksternal kemudian berlanjut pada perilaku konsumtif personal komunitas Gresik *doodle art*.

Berdasarkan hasil penelitian ini beberapa rekomendasi yang diperkirakan dapat dijadikan bahan pertimbangan penelitian terkait dengan media sosial sebagai pembelajaran studi komunikasi secara mendalam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN TIM PENGUJI iv

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI v

MOTTO DAN PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR vii

ABSTRAK… ix

DAFTAR ISI x

DAFTAR TABEL xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR BAGAN xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 7
C. Tujuan Penelitian 8
D. Manfaat Penelitian 8
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 9
F. Definisi Konsep 10
G. Kerangka Pikir Penelitian 15
H. Metode Penelitian 16
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian 16
2. Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian 17
3. Jenis dan Sumber Data 18
4. Tahap-Tahap Penelitian 20
5. Teknik Pengumpulan Data 22
6. Teknik Analisa Data 23
7. Teknik Pemeriksaan Keabsaan Data 25
I. Sistematika Pembahasan 26

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka 28
1. *Instagram* 28
a. Pengertian *Instagram* 28
b. Sejarah *Instagram* 30
c. Fitur *Instagram* 33
2. Gaya Hidup 36
a. Pengertian Gaya Hidup 36
b. Bentuk-bentuk Gaya Hidup 39
c. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup 41
3. Remaja 44
a. Pengertian Remaja 44
b. Perkembangan Remaja 45
4. Komunitas 47
a. Pengertian Komunitas 47
b. Faktor yang Melatarbelakangi Timbulnya Komunitas 49
B. Kajian Teori 50
Teori Gaya Hidup Adorno 50

BAB III PAPARAN DATA PENELITIAN

A. Deskripsi Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian 54
1. Deskripsi Subjek Penelitian 54
2. Deskripsi Objek Penelitian 57
3. Deskripsi Lokasi Penelitian 57
B. Deskripsi Data Penelitian 59
1. Pemilihan dan Penggunaan Media 59
2. Pemakaian Fitur Media 63
3. Perilaku Mencontoh Gambar di *Instagram* 65
4. *Instagramholic* 67
5. Gaya Hidup *Instagramable* Anggota Komunitas 68
6. Komunitas Membuat Bahagia 70
7. Ketertarikan Membeli Barang 72

BAB IV ANALISIS DATA

A. Temuan penelitian 74
1. Anggota Komunitas Gresik *Doodle Art* dalam Mengkonsumsi Media Instagram 74
2. Gaya Hidup Personal Komunitas Gresik *Doodle Art* .....
B. Konfirmasi Temuan dengan Teori 89

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....93
B. Rekomendasi.....94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar nama informan 19

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo *Instagram* Versi 10.10.....29

Gambar 2.2 Tampilan Aplikasi *Instagram* dari Web.....30

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Pikir Penelitian.....15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi dan komunikasi, media massa mengalami perkembanagan yang sangat cepat. Dilihat dari era modern sekarang ini media sosial bukan hanya sekedar media komunikasi namun sudah menjadi bagian dari gaya hidup manusia khususnya golongan muda atau pelajar dan mahasiswa. Sebagai *new media,* internet atau media sosial begitu banyak memiliki aplikasinya seperti email, blog, situs jejaring sosial situs bebagi video, game online, *e-books*, koran online, dan lain sebagainya. Internet sebagai *new media* pada prinsipnya dapat dimanfaatkan oleh siapapun untuk kepentingan apapun.[1]

Pemanfaatan internet akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang pesat. Media internet tidak lagi menjadi media untuk berkomunikasi namun berkembang dalam berbagai hal yaitu dunia bisnis, insdustri, pendidikan, kesukaan, dan pergaulan sosial. apalagi yang mengkonsumsi adalah remaja yang tidak pernah puas dengan apa saja yang inguin didapatkan meklalui media internet.

Salah satu media sosial yang populer di kalangan remaja adalah *Instagram. Instagram* merupakan sebuah jejaring sosial yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat luas, tidak hanya di Indonesia, bahkan masyarakat luarpun juga banyak yang menggunakan jejaring sosial. Pengguna jejaring

[1] James R. Situmorang. "*Pemanfaatan Internet Sebagai New Media dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan, dan Sosial Budaya".* Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 8 No. 1 (2012), hlm 74

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sosial pada saat ini meliputi hampir dari berbagai kalangan usia mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa. Jejaring sosial sendiri sangat banyak bentuknya selain *instagram* yaitu dari *facebook, twitter, youtube*.

Jejaring sosial merupakan suatu struktur sosial yang dibentuk dari hubungan kesamaan sosialitas seperti visi, ide, teman, keturunan, dan lain-lain. Jejaring sosial kini dimanfaat sebagai sarana pengganti kehidupan kita di dunia maya, seperti mengirim pesan, berkomentar terhadap pesan orang lain, menjalin pertemanan lebih banyak, mencari pasangan, mengirim foto, dan hingga saling tukar pendapat. Media sosial sendiri salah satu bentuk dari perkembangan media baru dari media massa. Kemajuan teknologi komunikasi ditandai dengan makin luasnya jaringan televisi, radio, dan internet. Media massa dapat memudahkan manusia dalam mengakses informasi baik dari dalam negri maupun luar negri dengan lebih mudah dan cepat.

Sebagai *new media,* internet begitu banyak memiliki aplikasinya seperti email, blog, situs jejaring sosial situs bebagi video, game online, *e-books*, koran online, dan lain sebagainya. Internet sebagai *new media* pada prinsipnya dapat dimanfaatkan oleh siapapun untuk kepentingan apapun.

Pemanfaatan internet akhir-akhir ini mengalami perkembangan yang pesat. Media internet tidak lagi menjadi media untuk berkomunikasi namun berkembang dalam berbagai hal yaitu dunia bisnis, industri, pendidikan, kesukaan, dan pergaulan sosial.

Media internet merupakan media yang dibuat untuk mempermudah penggunanya dalam berinteraksi sosial dengan berbasis teknologi internet. Di era internet ini, jenis media internet sangat beragam, salah satunya yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sangat populer adalah *instagram*. *Instagram* sendiri mempunyai banyak *fitur* yang disajikan dan digemari masyarakat khususnya remaja. Tidak hanya menampilkan dan mengunggah foto, video, tetapi *instagram* saat ini terus menambah *fitur-fitur* yang mampu membuat masyarakat untuk lebih sering menggunakannya.

Adanya pemanfaatan penggunaan teknologi komunikasi yang berkembang saat ini sangat mendukung untuk memunculkan penyebaran sekelompok orang atau organisasi dimana didalamnya berisi orang-orang yang memiliki kesukaan yang sama antara satu dengan yang lain dalam hal hobi misalnya muncul perkumpulan atau komunitas-komunitas yang di dominasi oleh remaja yang ada di setiap Kota seperti Kota Gresik. Kota Gresik merupakan kota yang mengalami kemajuan yang cukup pesat dan terdapat banyak komunitas dari remaja sampai orang dewasa dari berbagai kalangan dan hobi yang di tekuni ini sering dijumpai di Taman Bunderan Gresik Kota Baru (GKB) dengan berbagai macam komunitas dan usia dengan bentangan *banner* di tempat mereka berkumpul, berdiskusi melingkar yang menandakan identitas atau nama komunitas mereka.

Contoh adanya komunitas *Doodle art*, *doodle* adalah suatu goresan atau gambaran yang dibuat dimanapun, media apapun (bisa kertas, menggunakan pensil, pulpen kuas, dan sebagainya). Pola gambaran *doodle* itu selalu penuh dan ramai. Mulai dari gambar utama dikelilingi gambar pegisi. Ilustrasi yang bisa dibilang *doodle* itu merupakan gambaran tangan (manual) atau *sketching*. Biasanya dibuat langsung tanpa sketsa, tapi untuk permulaan dan masih belajar menggambar, baiknya membuat sketsa dulu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan pensil kemudian dipertebal *outline*-nya menggunakan spidol sebagai alat atau yang lainnya. *Doodle* itu bisa menggunakan satu media, contohnya hanya menggunakan spidol saja, bisa menggunakan beberapa media atau *mix* media seperti campuran alat gambarnya dan cat air.[2]

Doodle sendiri bisa sebagai media atau gambaran ekspresi yang dituangkan oleh penciptanya mulai dari anak-anak, remaja, sampai orang dewasa. *Doodle art* saat ini semakin berkembang, bentuknya yang *abstract* dan memiliki keunikkan tersendiri membuat pelakonnya semakin bertambah dari hari ke hari. Bahkan tanpa disadari kita sering menghasilkan karya *doodle*, contohnya coretan dikelas adalah *doodle art. Doodle art* adalah sarana berkarya dan berkreatifitas yang murah lagi meriah. Tidak perlu kertas khusus seperti kanvas, di bungkus rokok sekalipun bisa dilakukan. Semua kembali ke pelakon *doodle art* itu sendiri dalam memilih peralatan dan gaya *doodling* yang nyaman bagi dirinya. *Doodle art* termasuk juga ke dalam seni rupa dua dimensi, dan termasuk kedalam seni desain grafis yang menarik.[3]

Komunitas Gresik *Doodle Art* menjadi pilihan peneliti sebagai subjek dalam penelitian ini. Seringnya media sosial dan media cetak yang mempromosikan komunitas ini membuat banyaknya anggota baru yang kebanyakan remaja ini tertarik untuk bergabung dan belajar lagi tentang komunitas ini yang sering dianggap hanya sekedar coret-coret di kertas bahkan tembok. Bahkan saat ini *doodle* bisa diaplikasikan dalam media lain

---

[2] Gita Mariana, *Cara Mudah Menggambar Doodle Menggunakan Pensil* (Jakarta Selatan: Trans Media Pustaka, 2017), hlm. 1

[3] Aprinda Rizqi Ma'rufi, http://www.seameant.com/2015/03/doodle-art-pengertian-sejarah-dan.html, pada 02 Maret 2018, pukul 07:27 WIB

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seperti talenan, gelas, kaca, helm, *handcas*e hp, atau media lain dengan alat gambar sesuai dengan media yang ingin di gambar. Dalam setiap pertemuan yang di agendakan sekitar satu sampai dua kali dalam satu bulan, komunitas yang diisi remaja ini tidak hanya sekedar untuk berkumpul, tetapi selalu mengevaluasi apa yang sudah dilakukan dan terus membuat bagaiamana komunitas ini untuk lebih maju dan lebih dikenal orang banyak mengingat komunitas ini sering diundang dalam setiap event bahkan komunitas ini ada di setiap regional kota, provinsi, bahkan berada dalam naungan *Doodle Art* Indonesia.

Gresik *doodle art* sendiri adalah sebuah komunitas yang berdiri sejak 16 Juli 2016 dan bergerak dibidang seni *doodle*. Komunitas ini dipelopori oleh 14 remaja yang mempunyai *passion* yang sama dibidang *doodle art* di kota Gresik. Bertujuan untuk mengenalkan *doodle art* kepada khalayak luas, khususnya masyarakat kota Gresik dengan cara berbagi ilmu dan berkarya bersama, serta menjadi wadah bagi semua orang yang mempunyai *passion* di bidang seni terutama *doodle art*. Dalam komunitas ini tidak sepenuhnya belajar dan berbagi ilmu tentang *doodle art* saja, ada juga beberapa seni yang lainnya tetapi tetap dikaitkan dengan seni *doodle art*. Hingga saat ini anggota Gresik *doodle art* berjumlah 14 anggota remaja aktif yang didominasi anak sekolah dan kuliah.

Kegiatan rutin yang dilakukan komunitas Gresik *doodle art* sendiri adalah *meet-up* atau kumpul bareng rutin sebulan sekali atau kondisional menyesuaikan anggotanya. Untuk tempat *meetup* komunitas Gresik *doodle art* selalu nomaden atau berpindah tempat karena sesuai dengan tujuan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunitas ini untuk mengenalkan *doodle art* kepada khalayak terutama masyarakat kota Gresik. Tetapi sering bisa dijumpai di daerah Gresik Kota baru (GKB). Ada juga agenda rutin yang dilakukan komunitas ini yaitu 'diskusik' (diskusi asik), kegiatan ini adalah rapat internal untuk anggota Gresik *doodle art* sendiri. Agenda tahunan komunitas ini ada dua yaitu turut memperingati hadi jadi DAI (*Doodle Art* Indonesia), pelopor terbentuknya seni *doodle* di setiap regional wilayah di Indonesia dan MOGDA *Fest* yaitu hari jadi Gresik *doodle art* yang diadakan sekitar bulan Juli yang dihadiri tokoh-tokoh seni di Gresik dan perwakilan dari setiap komunitas *doodle* se-Jawa Timur.

Sejauh ini Gresik *doodle art* sering diundang atau bekerjasama dengan beberapa acara di Gresik. Mulai dari Lokakarya 530 Gresik, dalam rangka memperingati hari jadi Kota Gresik yang ke 530 tahun. Ada juga mural kampung yang dilaksanakan di Kampung Kelir, Giri Gajah di Gresik. Kegiatan ini dalam rangka membantu mengangkat keunikan Kampung Kelir di Kota Gresik. Acara lainnya yaitu turut berpartisipasi dalam acara-acara yang diadakan komunitas maupun lembaga lain.

Media yang selama ini melekat dan sering di akses pada kehidupan sehari – hari, di nikmati ternyata juga dapat mempengaruhi dalam kehidupan ataupun di dalam gaya hidup remaja tersebut. Apalagi ketika reamaj sudah bergabung dengan sutu organisasi atau komunitas, maka komunitas tidak akan jauh dari gaya hidup. Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya ada di dalam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

alam pikir pelanggan yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen.[4]

Gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. Memahami kepribadian tidaklah lengkap jika tidak memahami konsep gaya hidup. Gaya hidup adalah konsep yang lebih baru dan lebih mudah terukur dibandingkan kepribadian. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya. Gaya hidup seseorang ketika sudah mulai bergabung dengan komunitas akan berbeda-beda satu sama lain tergantung dari bagaimana individu dalam menyikapi dan menerima dalam suatu kelompok organisasi atau komunitas.

Dari sekian banyak komunitas yang ada di Gresik, peneliti memilih komunitas Gresik *doodle art* di Kota Gresik karena dapat dijangkau oleh peneliti. Dari ranah komunikasi, peneliti ingin mengetahui bagimana personal dari komunitas Gresik *doodle art* dalam mengkonsumsi media instagram dan bagaimana gaya hidup personal tersebut. Berdasarkan hal-hal yang sudah dijelaskan tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"Media *Instagram* dan Gaya Hidup Remaja Anggota Komunitas Gresik *Doodle Art*"**.

A. Rumusan Masalah

Penelitian ini hanya berfokus pada penggunaan media *instagram* dan gaya hidup personal Komunitas Gresik *doodle art*. Berdasarkan pada fokus

[4] Nugroho J. Setiadi. *Perilaku Konsumen*, (Kencana: Jakarta, 2010), hlm. 77-79

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian tersebut, maka perumusan masalah yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana anggota komunitas Gresik *Doodle Art* mengkonsumsi media *instagram*?
2. Bagaimana gaya hidup personal yang tergabung pada komunitas Gresik *Doodle Art*)?

B. Tujuan

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana anggota komunitas Gresik *Doodle Art* mengkonsumsi media *instagram*?
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana gaya hidup personal yang tergabung pada komunitas Gresik *Doodle Art*)?

C. Manfaat

1. Secara Teoritis

   Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan konstribusi 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

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

media literacy dan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang budaya populer yang terjadi dikota Gresik.

D. Kajian Penelitian Terdahulu

Kajian penelitian terdahulu dapat memberikan gambaran ilmu kepada peneliti, agar penelitian dapat dilakukan dengan maksimal. Berikut penelitian terdahulu yang ditemukan oleh peneliti:

1. Skripsi berjudul *"Budaya Pop dan Gaya Hidup (studi pada korea lovers di Makassar)"* karya Ana Zahida pada tahun 2010 dengan tujuan untuk mengetahui gaya hidup dan faktor yang menyebabkan tingkat pengaruh media terhadap individu korea *lovers*. Persamaan penelitan ini terletak pada metode yang digunakan adalah kualitatif dan sama-sama meneliti tentang gaya hidup. Sedangkan perbedaan pada penelitian ini terletak pada subjek dan lokasi penelitian, peneliti sebelumnya menggunakan subjek adalah remaja korea *lovers* dan lokasi penelitian di Makassar. Subjek peneliti saat ini adalah remaja komunitas Gresik *Doodle Art* dan lokasi penelitian di Gresik.
2. Jurnal komunikasi berjudul *"Media Massa dan Gaya Hidup Wanita"* oleh Neni Yulianita pada tahun 2001 dengan tujuan penelitian mengetahui keberpihakan media massa dalam pemberitaan mengenai kaum perempuan (wanita). Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang gaya hidup. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada peneliti sebelumnya menggunakan seberapa kuat keberpihakan media massa dalam memberitakan kaum wanita. Peneliti

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

saat ini menggunakan bagaimana komunitas dalam mengkonsumsi media *instagram* sebagai bentuk kebutuhan.

3. Skripsi berjudul *"Budaya Populer dan Gaya Hidup sebagai Komunikasi"* oleh Windy Paska Wati Suwarno pada tahun 2012 dengan tujuan menggambarkan identitas *Korea Lovers* sebagai komunikasi budaya yang terbentuk dari budaya pop dan gaya hidup para pencinta *k-pop*. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama bersifat kualitatif dan meneliti tentang gaya hidup di kalangan anak remaja. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini terletak pada subjek dan lokasi. Subjek pada penelitian Windy Paska Wati Suwarno ini remaja pencinta k-pop dalam komunitas WCC Korea *Lovers* dan berada di Salatiga. Sedangkan subjek peneliti saat ini adalah remaja komunitas Gresik *Doodle Art* dan lokasi penelitian di Gresik.

E. Definisi Konsep

Konsep pada hakikatnya merupakan istilah, yaitu satu kata atau lebih yang menggambarkan suatu gejala atau menyatakan suatu ide (gagasan) tertentu.[5] Untuk memperoleh pemahaman mengenai penelitian yang akan dilakukan, maka penulis perlu menjelaskan definisi konsep sesuai dengan judul.

1. Media *Instagram*

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.[6] Media adalah alat komunikasi

[5] Irawan Soeharto, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 4
[6] Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011) hlm.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang mengalami perkembangan pesat dikalangan masyarakat terutama remaja. Dengan adanya media, memudahkan seseorang untuk proses komunikasi semakin mudah dilakukan dan dapat berjalan dengan lancar. Peran media sebagai menyebarluaskan opini publik yang menghasilkan pendapat atau pandangan yang dominan. Sementara individu dalam menyampaikan pandangannya akan bergantung pada pandangan yang dominan, sedangkan media pada gilirannya cenderung memberitakan pandangan yang terungkap. Media memiliki kemampuan untuk menentukan dan menyebarluaskan pandangan-pandangan yang dinilai lebih tepat diterima secara umum.[7]

Media *Instagram* merupakan sosial media populer yang digunakan untuk mengunggah foto dalam bentuk digital, menerapkan *filter* untuk mengedit penampilan foto dan membagikan foto dengan orang lain atau pengguna lain.[8] Dalam penelitian ini, media *instagram* adalah media yang digunakan anggota komunitas Gresik *doodle art* untuk di konsumsi sebagaimana yang diperlukan dan diinginkan.

2. Gaya Hidup

Gaya hidup dapat dipahami sebagai adaptasi aktif individu terhadap kondisi dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Kepribadian dianggap sebagai penentu gaya hidup, dan oleh karena kepribadian setiap manusia itu unik, gaya hidup pun unik. Suatu gaya hidup yang meluber lewat komunikasi massa

---

[7] Morissan, *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013), hlm. 530-532

[8] Kjell Halvor Landsverk, *The Instagram Handbook: 2014 Edition* (United Kingdom: Primehead Limmitied, 2014)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini melahirkan pola kehidupan yang demokratis, dalam arti suatu gaya hidup tidak menjadi privelese suatu kelompok dalam stratifikasi sosial.

Dalam konteks kebudayaan massa atau biasa juga disebut kebudayaan populer, masyarakat menjadi homogen. Siapa saja dapat mengambil alihnya. Sentuhan budaya tidak langsung tapi sangat kuat pengaruhnya, karena persebaran informasi dan jaringan komunikasi yang semakin luas jangkauannya.[9] Gaya hidup bisa dilihat dari bagaimana usaha individu dalam membentuk identitas diri dalam interaksi sosial. Gaya hidup dianggap sebagai cerminan indentitas diri seseorang atau sekelompok orang. Gaya hidup yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana usaha individu yang tergabung pada komunitas Gresik *doodle art* dalam membentuk identitasnya nanti. Dari sini akan mengetahui bagaimana gaya hidup personal yang tergabung dalam komunitas Gresik *doodle art.*

3. Remaja

Remaja berasal dari kata latin *adolensence* yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah *adolensence* mempunyai arti yang lebih luas lagi yang mencakup kematangan mental, emosional sosial dan fisik. 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. Masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek atau fungsi untuk memasuki masa dewasa.[10]

---

[9] Ahmad Sihabudin, *Komunikasi Antar Budaya* , (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2011), hlm. 140

[10] Elizabeth Bergner Hurlock, *Psikologi Perkembangan* (Jakarta: Erlangga, 1990), hlm. 34

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Remaja yang dimaksud dalam penelitian ini adalah remaja yang ada pada sebuah komunitas yang berada di kota Gresik, dimana komunitas remaja tersebut beranggotakan beberapa orang yang mempunyai usia dari 15-20 tahun. Komunitas remaja ini bernama komunitas Gresik *Doodle Art*, komunitas ini berdiri sudah lebih dari 2 tahun dimana peminat dan isi dari anggotanya adalah remaja.

4. Anggota Komunitas Gresik *Doodle Art*

Komunitas dapat didefinisikan sebagai kelompok khusus dari orang-orang yang tinggal dalam wilayah tertentu, memiliki kebudayaan dan gaya hidup yang sama, sadar sebagai satu kesatuan, dan dapat bertindak secara kolektif dalam usaha mereka dalam mencapai tujuan.[11]

Komunitas dalam penelitian ini dapat diartikan sebagai kelompok sosial yang mempunyai arti perkumpulan beberapa individu. Komunitas yang dibahas di dalam penelitian ini adalah komunitas Gresik *doodle art*. Sebuah komunitas yang berdiri sejak 16 Juli 2016 dan bergerak dibidang seni *doodle*. Komunitas ini dipelopori oleh 14 anak yang mempunyai *passion* yang sama dibidang *doodle art* di kota Gresik. Bertujuan untuk mengenalkan *doodle art* k epada khalayak luas, khususnya masyarakat kota Gresik dengan cara berbagi ilmu dan berkarya bersama, serta menjadi wadah bagi semua orang yang mempunyai *passion* di bidang seni terutama *doodle art*. Sedangkan di dalam suatu komunitas terdapat beberapa individu yang disebut sebagai anggota dimana individu berkumpul dalam suatu organisasi yang emmpunyai passion dan minat

[11] Bruce J. Cohen, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1992) hlm. 315

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang sama dalam bidang *doodle art*. Hingga saat ini anggota Gresik *doodle art* berjumlah 14 anggota aktif yang didominasi anak sekolah dan kuliah.

5. *Doodle Art*

Doodle art dalam kamus bebas online *doodle* atau *doodling* berarti "mencorat-coret atau menggambar tanpa tujuan (*verb: to scribble or draw aimlessly*) atau bentuk, gambar, dan lain-lain, yang dibuat tanpa t*ujuan (noun: shape, picture, etc., drawn aimlessly)*". Dalam pengertian lain doodle diartikan sebagai hasil gambar atau coretan yang dihasilkan pada saat fokus/kosentrasi kita sedang ke tempat lain. *Doodle* adalah gambar sederhana baik itu berupa bentuk-bentuk kongkret ataupun bentuk abstrak. Sedangkan menurut Andrea McNichol, penulis Handwriting Analysis: Putting it Work for You, "*Doodling* itu mirip DNA otak". *Doodling*/ coret-coret ini diyakini bisa membantu mengarahkan/mengasah perkembangan motorik halus anak yang nantinya dibutuhkan untuk menggambar, menulis, dan pekerjaan lainnya, kalau pada awalnya ketika disaat anak sedang memegang alat tulis masih belum benar, maka diharapkan dari aktivitas *doodling* ini anak sudah bisa memegang alat tulis dengan baik, sehingga anak juga dapat menulis dengan benar.[12] *Doodle art* dalam penelitian ini adalah seni yang dibuat oleh setiap personal komunitas Gresik *doodle art* dalam menyampaikan atau meluapkan emosi an ekspresinya dalam bentuk coretan atau gambaran pada sebuah media seperti kertas, papan kayu,

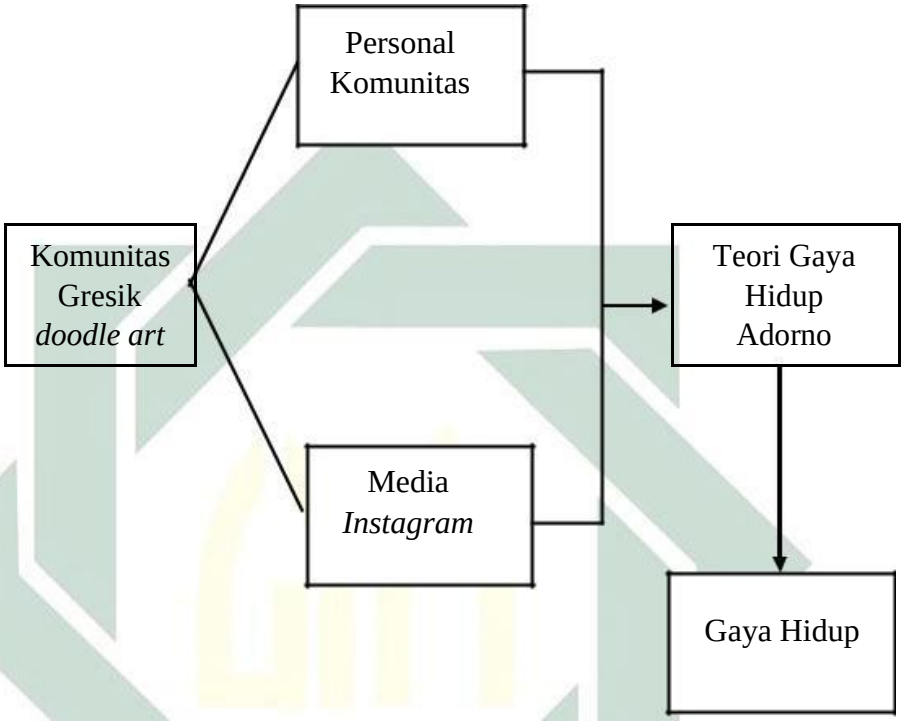
[12]Tesi Puri Juwita, *Evektivitas Doodling untuk Meningkatkan Kemampuan Pramenulis bagi Anak Tunagrahita Ringan di SLBN 2 Padang Sarai*, e-journal vol.1 no. 1, 2013, hlm. 109-110

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tembok, gelas, talenan, dan media lain sesuai dengan keinginan dari pembuat seni doodle tersebut.

F. **Kerangka Pikir Penelitian**

Bagan 1.1 Kerangka Pikir Penelitian



Dalam penelitian ini peneliti menggunakam pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif yang berupaya mencari bagaimana komunitas yang terdiri dari beberapa anggota dalam mengkonsumsi media *instagram.* Selain itu penelitian ini digunakan untuk menemukan gaya hidup personal yang tergabung dalam komunitas Gresik *doodle art*. Penelitian ini di teliti dengan menggunakan *cultural industry* yang merupakan bagian dari teori kritis yang di kemukakan oleh Adorno dan Herkheimer. Dengan menggunakan teori ini, peneliti dapat menjawab dua rumusan masalah yang di teliti, diantaranya bagaimana anggota komunitas dalam mengkonsumsi media *instagram* dan bagaimana gaya hidup personal

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

masing-masing anggota setelah bergabung dengan komunitas Gresik *doodle art*.

G. 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 pemecahanya.[13]

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitataif bersifat deskriptif yang bertujuan untuk membuat deskripsi gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan. Serta penelitian bermaksud memahami situasi sosial secara mendalam, menemukan pola hipotesis dan teori. Penelitian yang menggambarkan suatu fenomena tertentu dengan bertumpu pada prosedur-prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan perilaku suara utuh. Disini peneliti melakukan penelitian dengan terjun langsung ke lapangan, mendiskripsikan dan mengkonstruksi realitas yang ada dan melakukan pendekatan terhadap sumber informasi, sehingga diharapkan data yang didapatkan akan lebih maksimal. Dalam penelitian ini peneliti mencoba untuk mendeskripsikan mengenai fakta-fakta yang terjadi tentang bagaimana anggota komunitas Gresik *doodle art* dalam mengkonsumsi media

[13]Wahdi Bahtiar, *Metode Penelitian Imu Dakwah*, (Jakarta: Logos, 2001), hlm. 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

instagram dan gaya hidup dari bergabungnya personal ke komunitas tersebut.

2. **Subjek, Objek dan Lokasi**

Penelitian a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah baik orang, benda, taupun lembaga (organisasi). Dalam menentukan subjek penelitian agar mendapat informasi yang sesuai dengan penelitian mengenai bagaimana anggota komunitas Gresik *doodle art* mengkonsumsi media *instagram* dan bagaimana gaya hidup personal yang tergabung pada komunitas Gresik *doodle art*.

Komunitas Gresik *doodle art* sendiri merupakan sebutan untuk sekumpulan atau organisasi yang menyukai seni *doodle*. Subjek yang dijadikan dalam penelitian ini adalah personal komunitas Gresik *doodle art.*

b. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah yang berkaitan dengan keilmuan komunikasi, bagaimana anggota komunitas Gresik *doodle art* mengkonsumsi media *instagram* dan gaya hidup personal yang tergabung dalam komunitas Gresik *doodle art*. Jadi, dengan objek penelitian tersebut, dapat digunakan peneliti untuk menarik kesimpulan yang masuk menjadi sebuah data *real* .

c. Lokasi Penelitian

Untuk memudahkan memasuki settingan penelitian, maka peneliti melakukan pendekatan secara pribadi dengan beberapa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sampel yang merupakan anggota komunitas Gresik *doodle art* yang ada di Gresik. Lokasi ini dipilih karena bagi komunitas Gresik *doodle art* di Gresik ini cukup untuk di jangkau peneliti. Penelitian ini memilih lokasi di *basecamp* komunitas Gresik *doodle art* yang beralamat di Desa Kedamean, RT 19/ 07, Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik.

3. Jenis dan Sumber Data

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

a. Jenis Data

1) Data Primer

Data primer adalah data utama dari sebuah penelitian yang dikumpulkan peneliti untuk menjawab fokus penelitian. Data primer merupakan data pokok yang diperoleh secara langsung dari penelitian ini secara perorangan dan kelompok.[14] Pada penelitian ini data mengenai media *instagram* dan gaya hidup remaja komunitas Gresik *doodle art* ini diambil dari anggota komunitas yang ada di kota Gresik, khususnya komunitas *doodle art* di Gresik itu sendiri.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang di peroleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.[15] Data sekunder bertujuan untuk

[14]Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi* (PT. Rajagrafindo Persada, 2006), hlm. 29
[15]Rahmat Kriyantono, *Tehnik Praktis Riset Komunikasi*, (Yogyakarta: Jalasutra,2009), hlm. 42

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mendukung data primer. Selain itu data sekunder ini berbentuk data yang sudah tersedia misalnya sejarah tentang terbentuknya komunitas Gresik *doodle art*, profil, dan struktur kepungurusan komunitas Gresik *doodle art* itu sendiri.

3) Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a) Informan

Dalam hal ini informan merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian.[16] Adapun pemilihan informan akan dipilih sesuai dengan kriteria tertentu agar data yang didapat lebih mendalam dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh penulis. Kriteria informan dalam penelitian ini adalah:

a. Remaja dari komunitas Gresik *doodle art*.

b. Remaja yang berperan aktif dalam komunitas Gresik *doodle art.*

Tabel 1.1 Daftar nama-nama informan

No.	Nama Informan	Usia
1.	Fredo E. Pratama	20
2.	Rughayah Ahmad	20
3.	Ita Zuhria U	20
4.	M. Haqqir Ridho	20
5.	Aizza Ilma	19
6.	Firda	19

[16]Iskandar Wirjokusumo dan Soemardji Ansori, *Metode Penelitian Kualitatif* , (Penerbit: Unesa Univercity Press, 2009), hlm. 1

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Dokumen

Dokumen seperti keterangan-keterangan berbentuk tulisan yaitu dengan cara mengumpulkan data melalui cara tertulis maupun tidak tertulis yang berhubungan dengan masalah-masalah penelitian ini.

4. Tahap-Tahap Penelitian

Ada 3 tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini, yakni:

a. Pra-lapangan

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 di lapangan. Kemudian mencari informan yang terkait. Setelah itu segala hal mengenai hal yang diteliti dan metodologinya dituangkan dalam proposal penelitian.

2) Mengurus perizinan

Hal yang perlu diketahui oleh peneliti ialah siapa yang berwenang memberikan izin bagi pelaksanaan penelitian, perlengkapan surat izin, syarat pribadi peneliti itu sendiri, dan apa yang harus dikemukakan pada pemberi izin, alangkah baiknya jika peneliti menyediakan bingkisan sebagai tanda ucapan terima

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kasih dan tanda kenang-kenangan kepada mereka yang telah membantu terselenggaranya penelitian dengan baik.[17]

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 *notebook, tape recorder*, kamera, dan lain-lain agar hasil yang diperoleh lebih maksimal.

4) Penelitian atau Pelaksanaan Lapangan

Sebelum melakukan wawancara lapangan, penulis melakukan observasi lapangan terlebih dahulu. Peneliti perlu memahami latar belakang penelitian terlebih dahulu. Melakukan pendekatan kepada informan dalam penelitian serta melakukan pengamatan secara langsung seputar data. Hendaknya tahu menempatkan diri apakah sebagai peneliti yang dikenal atau tidak. Disamping itu perlu mempersiapkan dirinya baik secara fisik maupun mental mengingat persoalan etika. Selanjutnya membuat pedoman wawancara seputar hal-hal yang ingin diteliti. Kemudian mengumpulkan data yang diperoleh untuk dikaji dan dianalisa lebih lanjut.

[17] Lexy J Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2011)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) 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*)

Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam dengan maksud mengambil informasi tertentu.[18] Wawancara ini dilakukan oleh peneliti selaku *interviewer* dengan narasumber informan yang menjadi subjek penelitian yang memberikan jawaban atas pentanyaan tersebut. Wawancara ini akan dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Setelah itu penulis akan mengumpulkan dan mengklasifikasikan data yang diperoleh.

b. Observasi terlibat (*partisipatory observation*)

Sebagai metode ilmiah observasi ini bisa diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis tentang fenomena-fenomena yang diselidiki.[19] Dalam penelitian ini, peneliti mengamati secara langsung.

---

[18]Lexy J. Moleong , *Metodologi Penelitian*..... hlm.186
[19]Sutrisno Hadi, *Metodologi Research II*(Yogyakarta: Andi Offset, 1990), hlm. 136

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu proses melihat kembali data-data yang telah diperoleh dari penelitian merupakan segala bentuk informasi yang berhubungan dengan konteks penelitian. Data ini sebagai penunjang data wawancara dan observasi. Data primer yang berupa dokumentasi seperti foto, video, rekaman suara, bentuk tertulis wawancara serta dokumentasi penunjang lainnya. Peneliti mengumpulkan berbagai macam dokumen dari hasil penelitian yang sudah dilengkapi dengan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan di interpretasikan. Menurut Lexy J. Moleong berdasarkan pada pondasi penelitian, paradigma penelitian, perumusan masalah, tahap-tahap penelitian, teknik penelitian, kriteria dan teknik pemeriksaan data dan analisis dan penafsiran data, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut[20]:

a. Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan bagian integral dari kegiatan analisis data. Kegiatan pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan wawancara dan studi dokumentasi. Dalam penelitian ini dilakukan wawancara kepada anggota komunitas

[20]Sudarto, *Metodologi Penelitian Filsafat* (Jakarta: Raja GrafindoPersada1995), hlm. 63-64

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gresik *doodle art* mengenai media yang menjadi terbentuknya budaya populer dan perantara sebagai gaya hidup untuk eksistensi komunitasnya.

b. Reduksi Data *(Data Reduction)*

Reduksi data, diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat, menulis memo dan sebagainya dengan maksud menyisihkan data/informasi yang tidak relevan. Dalam penelitian ini reduksi data adalah memilih data dari wawancara, pemusatan fokus penelitian.

c. *Display* Data

Display data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks secara jelas dan singkat untuk memudahkan dalam memahami masalah yang diteliti, baik secara keseluruhan mauoun bagian demi bagian seperti pengelompokan data dan analisis data.

d. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Pada tahap penarikan kesimpulan ini kegiatan yang dilakukan adalah memberikan kesimpulan terhadap hasil penafsiran dan evaluasi. Kegiatan ini mencakup pencarian makna data serta

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memberi penjelasan. Selanjutnya apabila penarikan kesimpulan dirasakan tidak kuat, maka perlu adanya verifikasi yaitu menguji kebenaran, kekokohan dan kecocokan makna-makna yang muncul dari data. Merupakan kegiatan akhir dari analisis data. Penarikan kesimpulan berupa kegiatan interpretasi, yaitu menemukan makna data yang telah disajikan.

7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Uji keabsahan data pada penelitian kualitatif hanya ditekankan pada uji validitas dan reabilitas, karena dalam penelitian kualitatif kriteria utama pada data penelitian adalah *valid, reliable* dan obyektif. Teknik pemeriksaan keabsahan data yaitu perpanjangan keikutsertaan, ketekunan pengamatan, triangulasi, pengecekan sejawat, kecukupan referensial, kajian kasus negatif, pengecekan anggota, uraian rinci, audit kebergantungan dan audit kepastian.[21]

Adapun cara-cara yang digunakan peneliti untuk penelitian tersebut sebagai berikut:

a. Perpanjangan keikuitsertaan, disini peneliti akan memungkinkan untuk meningkatkan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan, serta dapat menguji kebenenaran suatu informasi, baik yang berasal dari diri sendiri maupun dari responden dan membangun kepercayaan informan.

[21]Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosydakarya, 1998), hlm. 327

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Ketekunan pengamat, maksudnya memberi ciri-ciri dan unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan permasalahan atau isu yang sedang diteliti kemudian memusatkan pada hal-hal tersebut secara rinci.

H. Sistematika Pembahasan

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

Bab I: Pendahuluan. Dalam bab ini berisi pembahasan mengenai konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian hasil penelitian terdahulu, definisi konsep, dan metode penelitian, yang di dalamnya membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian, unit analisis, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data; dan sistematika pembahasan.

Bab II :Kajian Teoritis. Dalam bab ini berisi pembahasan mengenai kajian pustaka dan kajian teori, dalam bab ini peneliti menentukan teori apa yang sesuai dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori gaya hidup Adorno.

Bab III : Metode Penelitian. Pada bab ini membahas tantang 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. Dalam bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian, penyajian data, analisis data, dan pembahasan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab V :Penutup. Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran-saran yang dapat dijadikan suatu kontribusi yang positif bagi semua pihak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Media *Instagram*

a. Pengertian Media *Instagram*

Instagram merupakan aplikasi yang ada pada *smartphone* yang digunakan untuk membagikan foto maupun video. Foto dan video yang akan diunggah bisa disertakan teks atau keterangan yang mendeskripsikan tentang foto dan video tersebut.[1] Melaui *instagram* bisa kita sambungkan dengan *facebook* maupun *twitter* dalam berbagi foto atau video yang sudah kita unggah melalui i*nstagram* tersebut.

Instagram atau istilah lain dengan kata photo sharing adalah media massa yang sangat populer saat ini karena memiliki nilai tambah dalam hal *filter* atau efek. *Instagram* bisa dikatakan menyerupai *twitter*, dimana kita bisa mem*follow* orang lain dan orang lain juga bisa mem*follow* kita balik.[2] Selanjutnya kita bisa saling menyukai setiap apa yang mereka posting baik foto maupun video. Alasan mengapa *instagram* menjadi media massa yang populer adalah karena *instagram* mempunyai banyak efek instan yang menarik. Sebagian besar efek yang terdapat pada aplikasi ini adalah mampu mengubah foto dan video

[1] M. Nisrina, *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*, (Yogyakarta: Kobis, 2015), hlm. 137

[2] Jubilee Enterprise, *100 Aplikasi Android Paling Dahsyat*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2013), hlm. 6

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

apapun menjadi tampak lebih menarik dan artistik dengan tambahan efek atau *filter* yang disediakan oleh instagram sendiri.

Instagram menjadi salah satu media populer yang dapat dimanfaatkan oleh seseorang maupun kelompok untuk mengenalkan budaya populer yang sedang dimintai sebagian besar remaja. Dalam satu kali mengunggah foto bisa berisikan sampai 10 foto sekaligus, begitu juga dengan mengunggah video bisa sampai durasi maksimal 60 detik atau satu menit sehingga orang lain dapat melihat foto dan menonton video apa saja yang telah diunggah oleh pemegang akun instagram tersebut.

Instagram dapat diakses melalui beberapa perangkat elektronik seperti smartphone, PC, laptop selama perangkat tersebut masih terhubung dengan fasilitas internet. Foto yang dihasilkan di indtagram dapat digunakan untuk berbagai tujuan, mulai dari berbagi kehidupan pribadi sampai informasi penting yang aka disampaikan ke khalayak luas.

Gambar 2.1 Logo *Instagram* versi 10.10
Sumber: Google

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Sejarah Media *Instagram*

Instagram adalah apliaksi sosial yang begitu populer dikalangan pengguna gadget atau smartphone. Nama *instagram* diambil dari kata "insta" yang asalnya "instan" dan "gram" dari kata "telegram". [3] jadi instagram merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram. Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto yang berupa mengelola, mengedit, dan berbagi foto ke jejaring media sosial yang lain.

Gambar 2.2 Tampilan Aplikasi *Instagram* dari Web
(Sumber: Dokumen pribadi peneliti, screenshot)

Setiap orang pasti memanfaatkan aplikasi ini apalagi untuk seorang yang menyukai dunia fotografi dengan banyaknya *fitur* yang disediakan *instagram* untuk mengelola foto maupun video. Pengguna aplikasi *instagram* ini juga semakin pesat karena keunggulan yang ditawarkan dari *fitur* yang disediakan aplikasi ini. Foto atau video yang diunggah

[3] Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan* Instagram, (Malaysia: Publishing House, 2016), hlm 8

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dapat diperoleh melalui kamera dan dapat diperoleh melalui album foto yang tersimpan di ponsel. *Instagram* dapat langsung menggunakan efek atau filter dalam mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki.

Instagram mempunyai dua pendiri, yang pertama didirikan oleh Kevin Systrom atau yang dikenal publik sebagai orang yang berkecimpung di dunia Aplikasi (*app*). Systrom hidup di daerah pinggiran asri Boston yang dikenal dengan sebutan Holliston. Systrom lulus dari Stanford University pada tahun 2006 dengan gelar ganda di bidang teknik dan manajemen. Dia bergabung di *Google* selama dua tahun dengan tugas mengurus *Gmail* kemudian bekerja di tim pengembangan korporat. Aktivitasnya yang membuat dia sering berkecimpung di dunia media sosial memebuat Kevin ingin mengerjakan sesuatu yang merupakan miliknya sendiri. Kemudian Kevin meluncurkan startup teknologi pertamanya, karena latar belakangnya sebagai seorang pemrogram, dia mampu mengelolanya dengan baik. Dia melihat potensi *mobile* dan ledakan besar app yang fokus pada *check-in* berbasis lokasi. Setelah itu dia terjun ke dalam arus tersebut dengan sebuah *website* yang bernama Bubrn.com.[4]

Bukan hanya Kevin Systrom saja yang mendirikan *instagram.* Pendiri lain seperti Mike Krieger yang besar di Brazil meskipun kurang terkenal di publik, Mike adalah ruh dari App-nya. Mike yang besar di Brazil yang kemudian pindah ke Amerika Serikat pada tahun 2004 untuk belajar lagi tentang teknik di Stanford University. Dia bergabung

[4]George Berkowski, *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia dari Pengusaha Aplikasi Plaing Sukses di Dunia*, (Tangerang: Gemilang, 2016), hlm. 91

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dengan *Startup Superhot Meeb*, atau sebuah *platform chat* berbasis mesin jelajah yang populeritasnya meledak. Akan tetapi yang diinginkan Mike adalah benar-benar berkembang, berbeda dan menjadi hal yang baru. [5]

Dari keinginan yang sejalan tersebut, Kevin dan Mike akhirnya bertemu dengan berasal dari kampus yang sama yang membuat mereka tidak mengalami kesulitan untuk saling menyatu. Kevin tahu bahwa Mike masuk kealam kapal dan mereka merencanakan sesuatu yang berbeda. Kevin padal awalnya tidak tahu persis apa yang dia lakukan dengan Burbn.com aplikasi yang telah dia kembangkan beberapa waktu lalu. Dibantu dengan pemikiran kekasihnya yang bernama Nicole, *instagram* diluncurkan pada 06 Oktober 2010 yang dihari pertama berhasil menggaet 25.000 pengguna dan 3,75 juta di bulan Mei 2011. Kevin dan Mike meneruskan eksekusi dengan fokus yang sangat bagus, mereka berkutat penih pada Iphone, dan melakukan satu hal yakni berbagi foto. *Twitter* dan *Facebook* pun mengikuti perkembangan *instagram.*

Perkembangan *instagram* sangatlah pesat dan dibuktikan dengan kepopulerannay yang sudah mencapai 150 juta pengguna. *Trend isntagram* merupakan bagaimana cara marketing yang menggunakan produk sebagai sarana komunikasinya. Kelebihan *instagram* adalah memakai partisipasi publik sebgaai corong iklan. Sekitar 3 juta pengguna instagram memamerkan karya-karya fotonya melaui *Twitter*

[5] Ibid, hlm. 93

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dan *Facebook*. Hal ini berarti partisipasi pengguna instagram yang fanatik dengan gembira menjadi sarana komunikasi bagi produk atau iklan yang mereka jual.

Dengan semakin meningktanya jumlah pengguna *instagram* serta instagram yang saaat ini mudah di akses di *mobile phone*, kelebihan ini menjadikan siapapun akan mudah untuk mengakses *instagram* dimanapun dan kapanpun. Banyak pebisnis yang mulai melirik *instagram* sebagai sarana untuk dijadikan media atau perantara bisnis mereka seperti jual beli dengan mudah untuk mengupload foto produk yang akan mereka pasarkan di dunia maya dan dapat dengan mudah memberikan komentar.

c. *Fitur* Media *Instagram*

Instagram memiliki beberapa *fitur* atau opsi yang berbeda dengan sosial media yang lain. Berikut beberapa fitur yang ada di i*nstagram.*[6]

1) *Upload foto* (mengunggah foto)

Mengunggah dan berbagi foto atau video merupakan salah satu fungsi dari instagram. Foto atau video yang diunggah didapatkan melalui jepretan kamera saat itu juga ataupun dapat diakses melalui galeri di sebuah perangkat yang dipakai saat itu juga.

2) *Followers* (pengikut)

Instagram juga memiliki *fitur* pengikut dimana akun orang lain bisa megikuti akun kita. Dengan adanya pengikut, akan

[6]Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*, (Jakarta: Media Kita, 2012), hlm. 53

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

terjalin komunikasi antara sesama pengguna instagram. Jika kita mengunggah foto atau video dan kita bagaikan kepada orang lain, maka pengikut atau orang lain juga bisa untuk merespon dengan menyukai dan merespon kiriman kita dengan komentar.

3) Kamera

Instagram dapat mengunggah foto atau video secara langsung melalui kamera perangkat yang saat itu juga sedang digunakan. Banyak pilihan *filter* atau efek yang diuntungkan bagi pengguna untuk lebih memepercantik hasil tangkapan kamera atau video.

4) Efek

Instagram memiliki efek foto yang dapat digunakan penggunanya pada saat menyunting foto diantaranya *X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster,Brannan, Inkwell, Walden, Hefe, Nashville, Valencia, Amaro, Rise, Hudson* dan *Lord Kelvin.*

5) *Caption* (keterangan foto)

Setelah proses mengedit foto dengan ditambah efek yang diinginkan, pengguna bisa menuliskan keterangan sesuai apa yang diinginkan atau biasanya sesuai dengan foto atau video yang akan di posting dan dibagikan. Pengguna bisa menyebutkan (*mention*) nama pengguna lain dan memberi *hashtag* pasa keterangannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6) Arroba

Seperti media sosial yang lain, *instagram* juga memiliki *fitur* arroba (@) untuk menyinggung atau menyebutkan nama pengguna lain di instagram. Pengguna dapat menyebutkan atau menyinggung pengguna lain dikolom *caption* dan komentar. *Arroba* ini dimaksudkan untuk memudahkan antara pengguna instagram dalam berkomuniaksi terkait foto atau video yang diunggah.

7) Geotagging

Bagian *geotag* akan muncul ketika pengguna mengaktifkan *GPS* atau lokasi mereka dalam perangkat tersebut. Pengguna dapat memasukkan lokasi dimana foto atau video itu diambil.

8) Jejaring sosial

Dalam berbagi foto atau vedio, pengguna tidak hanya melakukan di *instagram* saja melainkan mereka bebas untuk membagikan di sosial media yang lain dan harus terhubung seperti *facebook, twitter.* Pengguna harus mensinkronkan akun sehingga jika pengguna mengunggah foto atau video di salah satu sosial media, maka soaial media yang lain secara otomatis akan mengunggah hal yang sama.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

9) *Like* atau tanda suka

Instagram mempunyai *fitur* untuk menyukai kiriman yang dibagikan pengguna lain, begitu sebaliknya kiriman kita juga bisa disukai oleh pengguna lain jika kita membagikannya.

10) *Comment* (Komentar)

Selain *like, instagram* juga menyediakan komentar dimana kiriman yang kita bagikan bisa di kritik atau dikomentari oleh orang lain terkain foto atau video yang dibagikan saat itu.

11) *Share* (Bagikan)

Pengguna *instagram* juga dapat membagikan foto atau video kepada orang lain yang diikutinya.

12) Popular/ explore

Bila sebuah foto masuk ke halaman popular, maka foto atau video tersebut tergolong populer secara global dikalangan orang-orang yang diikuti pengguna *instagram.*

13) Instagram Stories

Instagram stories merupakan fitur baru yang ditampilkan *instagram*. Pengguna adapt mengunggah foto, video, maupun tulisan layaknya status pada sosial media lainnya dan bisa dilihat oleh semua orang, tetapi juga bisa memilih pengguna yang tidak diizinkan melihat *stories. Instagram stories* ini akan bertahan dalam waktu 24 jam, setelah ditampilkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasikan oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat). Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis.

Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya ada di dalam alam pikir pelanggan yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen.[7]

Gaya hidup adalah konsep yang lebih kontemporer, lebih komprehensif, dan lebih berguna daripada kepribadian. Karena alasan ini, perhatian yang besar harus dicurahkan pada upaya memahami konsepsi atau kata yang disebut Gaya hidup, bagaimana gaya hidup diukur, dan bagaimana gaya hidup digunakan.

Gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang. Gaya hidup adalah fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran sebelumnya, kelas sosial, demografi, dan

[7] Nugroho J. Setiadi. *Perilaku Konsumen*, (Kencana: Jakarta, 2010), hlm. 77-79

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

variabel lain. Gaya hidup adalah konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen.[8]

Gaya hidup hanyalah salah satu cara untuk mengelompokkan konsumen secara psikografis. Gaya hidup (Life style) pada prinsipnya adalah bagaimana seseorang menghabiskan waktu dan uangnya. Ada orang yang senang mencari hiburan bersama kawan-kawannya, ada yang senang menyendiri, ada yang bepergian bersama keluarga, berbelanja, melakukan aktivitas yang dinamis, dan ada pula yang memiliki dan waktu luang dan uang berlebih untuk kegiatan sosial-keagamaan. Gaya hidup dapat mempengaruhi perilaku seseorang dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan konsumsi seseorang. Memahami kepribadian tidaklah lengkap jika tidak memahami konsep gaya hidup. Gaya hidup adalah konsep yang lebih baru dan lebih mudah terukur dibandingkan kepribadian. Gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya. Gaya hidup mencerminkan pola konsumsi yang menggambarkan pilihan seseorang bagaimana ia menggunakan waktu dan uangnya.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup berbeda dengan kepribadian. Kepribadian lebih menggambarkan karakteristik terdalam yang ada pada diri manusia. Sering disebut juga sebagai cara seseorang berfikir, merasa dan

[8] James F. Engel, et. al., *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara Jilid 1, 1994), hlm. 383.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berpersepsi. Walaupun kedua konsep tersebut berbeda, namun gaya hidup dan kepribadian saling berhubungan. Kepribadian merefleksi karakteristik internal dari konsumen, gaya hidup menggambarkan manifestasi eksternal dari karakteristik tersebut, yaitu perilaku seseorang.[9]

b. Bentuk-bentuk Gaya Hidup

Ada beberapa bentuk gaya hidup antara lain:

1) Industri Gaya Hidup

Dalam abad gaya hidup, penampilan diri itu justru mengalami perubahan bahkan tubuh/diri *(body/self)* pun ikut mengalami perubahan. Tubuh/ diri dan kehidupan sehari-hari pun menjadi sebuah proyek, benih penyemaian gaya hidup. Itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebagian besar adalah industri penampilan.

2) Iklan Gaya Hidup

Di dalam era globalisasi informasi seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra *(image culture*) dan budaya cita rasa (ta*ste culture*) adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya visual yang kadangkadang mempesona dan memabukkan. Iklan merepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus (*subtle*) arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik. Iklan juga perlahan tapi pasti mempengaruhi pilihan cita rasa yang kita buat.

[9] Ekawati Rahayu Ningsih, *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran*, (Kudus: Nora Media Enterprise Cet. 1, 2010), hlm. 64-66.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3) *Public Relations* dan *Journalisme* Gaya Hidup

Pemikiran mutakhir dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis-selebriti (*celebrity based-culture*), dimana para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran "aksesori fashion".

4) Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat untuk menyusun strategi. Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami bentuk setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5) Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.[10]

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut Kotler, mengemukakan bahwa gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan – kegiatan tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal).

1) Faktor internal yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi dengan penjelasannya sebagai berikut :

a) Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat

[10]Susanto, *Potret Potret Gaya Hidup Metropolis*. (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007), hlm. 5

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

b) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

c) Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

d) Konsep diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e) Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

f) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

2) Adapun faktor eksternal dijelaskan sebagai berikut:

a) Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang.Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

c) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.[11]

3. Remaja

a. Pengertian Remaja

Secara etimologi, kata ”remaja” dalam kamus besar Bahasa Indonesia berarti mulai dewasa, sudah sampai umur untuk kawin. Istilah asing yang sering dipakai untuk menunjukan masa remaja,antara lain: *puberteit, adolescentia* dan *youth.* Dalam bahasa Indonesia sering pula dikatakan pubertas atau remaja. Dalam berbagai macam kepustakaan istilah-istilah tersebut tidak selalu sama uraiannya,apabila melihat asal kata istilah-istilah tadi, maka akan diperoleh.

[11]Kotler, P., & Amstrong, G, *Principles of Marketing.14th edition*. (Pearson Prentice Hall, : New Jersey, 2012), hlm. 48

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) *Puberly* (Inggris) *puberleit* (Belanda)berasal dari bahasa latin pubertas, pubertas berarti kelaki-lakian.
2) *Adolescenti* berasal kata latin: *adulescentia*.dengan *adulescentia* dimaksudkan masa muda, yakni antara17 dan 30 tahun.[12]

Menurut Hurlock, masa remaja merupakan periode peralihan, periode perubahan, sebagai usia bermasalah, masa mencari identitas, usia yang menimbulkan ketakutan, masa yang tidak realistis dan sebagai ambang masa dewasa.[13]

Menurut Chaplin, *adolescence* (masa remaja) adalah priode antara pubertas dan kedewasaan, usia yang diperkirakan 12 sampai21 tahun untuk anak gadis, yang lebih cepat menjadi matang dari pada anak laki-laki, dan antara 13 hingga 22 tahun bagi anak laki-laki.[14]

Berdasarkan beberapa pengertian remaja yang telah dikemukakan para ahli, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa remaja adalah individu yang sedang berada pada masa peralihan dari masa anak-anak menuju masa dewasa dan ditandai dengan perkembangan yang sangat cepat dari aspek fisik, psikis dan sosial.

b. Perkembangan Remaja

Tahapan perkembangan remaja menurut Mappiare (dalam Moh. Ali: 2012) berlangsung antara umur 12 tahun sampai 22 tahun yaitu umur

---

[12]NY Gunarsa,D Singgih dan Gunarsa Singgih, *Psikologi Remaja.* (Jakarta: BPK Gunung Agung, 1981), hlm. 14-15

[13] Elisabeth B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan, Suatu Pendekatan Sepanjang rentang Kehidupan*,(alih bahasa, Istiwidayanti, Soerjarwo, (Jakarta: Erlangga, 1980), hlm. 207

[14] C.P Chaplin..*Kamus Lengkap Psikologi*, Terj. Kartini Kartono, (Jakarta: PT Raja Gravindo Persada, 1993), hlm. 12

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

12 tahun sampai 21 tahunbagi wanita dan 13 tahun sampai 22 tahun bagi pria. Tentan usia remaja ini dibagi menjadi dua bagian yaitu remaja awal dengan rentan usia antara12/ 13 tahun sampai 17/18 tahun dan remaja akhir usia 17/18 tahun sampai 21/22 tahun.[15]

Menurut Sarlito, ada 3 tahap perkembangan remaja:

1) Remaja Awal (*Early Adolescence*)

   Seorang remaja pada tahap ini masih terheran-heran akan perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuhnyasendiri dan dorongan-dorongan yang menyertai perubahan-perubahan itu. Mereka mengembangkan pikiran-pikiran baru, cepat tertarik pada lawan jenis dan mudah terangsang secara erotis.

2) Remaja Madya (*Middle Adolescence*)

   Pada tahap ini remaja sangat membutuhkan kawan-kawan dan senang kalau banyak teman yang menyukainya. Ada kecenderungan "*nucistic*", yaitu mencintai diri sendiri, dengan menyukai teman-teman yang punya sifat-sifat yang sama dengan dirinya. Selain itu ia berada dalam kondisi kebingungan karena ia tidak tahu harus memilih yang mana peka atau tidak peduli, rama-ramai atau sendiri, optimis atau pesimis, idealis atau materialis dan sebagainya.

3) Remaja Akhir (*Late Adolescence*)

   Tahap ini adalah masa konsolidasi menuju periode dewasa dan ditandai dengan pencapaian 5 hal, yaitu:

[15] Mohammad Ali dan Mohammad Asrori, *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2012), hlm 9

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

(a) Minat yang semakin baik terhadapfungsi intelek.

(b) Egonya mencari kesempatan dan pengalaman baru.

(c) Terbentuk identitas seksual.

(d) Egosentrisme (terlalu memusatkan perhatian pada diri sendiri) .

(e) Tumbuh dinding yang memisahkan diri pribadinya (privateself) dan masyarakat umum(the public).[16]

4. Komunitas

a. Pengertian Komunitas

Berkaitan dengan kehidupan sosial, ada banyak definisi yang menjelaskan tentang arti komunitas. Tetapi setidaknya definisi anggota komunitas dapat didekati melalui; pertama, terbentuk dari sekelompok orang; kedua, saling berinteraksi secara sosial diantara anggota kelompok itu; ketiga, berdasarkan adanya kesamaan kebutuhan atau tujuan dalam diri mereka atau diantara anggota kelompok yang lain; keempat, adanya wilayah-wilayah individu yang terbuka untuk anggota kelompok yang lain, misalnya waktu. Pada dasarnya setiap komunitas yang ada itu terbentuk dengan sendirinya, tidak ada paksaan dari pihak manapun, karena komunitas terbangun memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan setiap individu dalam kelompok tersebut. Suatu komunitas biasanya terbentuk karena pada beberapa individu memiliki hobi yang sama, tempat tinggal yang sama dan memiliki ketertarikan yang sama dalam beberapa hal.

[16]Sarwono, Sarlito Wirawan, *Psikologi Remaja*,....., hlm. 24-25

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Merujuk pada penjelasan Tonnies dalam bukunya Community and Asociation yang terbit tahun 1955 bahwa komunitas terbagi menjadi Gemeinschaft dan Gesellschaft.[17] Gemeinshcaft merujuk pada jenis komunitas yang berkarakter dimana setiap individu maupun aspek sosial yang ada pada komunitas tersebut berinteraksi secara vertikal dan horizontal, berjalan dengan stabil dalam waktu yang lama, adalah hasil dari adanya pertukaran ritual maupun simbol-simbol sebagaimana yang terjadi dalam interaksi sosial secara nyata yang dibangun face-to-face interaction. Inilah yang di sebut Tonnies komunitas (dalam pengertian) tradisional; dimana setiap individu membantu individu yang lain, setiap individu mengenal identitas atau informasi individu yang lain, dan ikatan yang terjalin antar-individu sangat kuat serta menjelma dalam berbagai wujud.

Gesellschaft adalah kebalikan dari kondisi *gemeinschaft*, disebabkan oleh semakin banyaknya urbanisasi di kota-kota besar, Tonnies menjelaskan bahwa jenis komunitas ini terbentuk dari berbagai aspek yang sangat berbeda. Setiap anggota komunitas ini memiliki kepentingan yang berbeda-beda, komitmen yang berbeda-beda, dan tidak adanya ikatan antar-individu begitu juga dengan norma dan nilai-nilai yang menjadi pengikatnya. Hubungan yang terjadi antar-individu dalam komunitas ini terjadi sangat dangkal dan lebih bersifat instrument formal belaka. Dalam gesellschaft, komunitas tidak berkembang secara simultan dan tidak membesar; meski anggota komunitas yang ada di

[17] Rulli Nasrullah, *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber* (Jakarta: kencana, 2012), hlm. 138.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalamnya secara kuantitas berjumlah besar, sebagaimana penduduk ibukota, dan setiap individu akan bertemu denga individu lainnya setiap waktu namun hubungan yang terjalin hanyalah parsial dan sementara.

Komunitas dapat didefinisikan sebagai kelompok khusus dari orang-orang yang tinggal dalam wilayah tertentu, memiliki kebudayaan dan gaya hidup yang sama, sadar sebagai satu kesatuan, dan dapat bertindak secara kolektif dalam usaha mereka dalam mencapai tujuan[18]

2. Faktor yang Melatarbelakangi Timbulnya Komunitas

Ada beberapa faktor yang melatarbelakangi timbulnya community, antara lain sebagai berikut: [19]

a) Adanya suatu interaksi yang lebih besar diantara anggota yang bertempat tinggal disatu daerah dengan batas – batas tertentu.
b) Adanya norma sosial manusia didalam masyarakat, diantaranya kebudayaan masyarakat sebagai suatu ketergantungan yang normatif, norma kemasyarakatan yang historis, perbedaan sosial budaya antara lembaga kemasyarakatan dan organisasi masyarakat.
c) Adanya ketergantungan antara kebudayaan dan masyarakat yang bersifat normatif. Demikian juga norma yang ada dalam masyarakat akan memberikan batas – batas kelakuan pada anggotanya dan dapat berfungsi sebagai pedoman bagi kelompok untuk menyumbangkan sikap dan kebersamaannya dimana mereka berada

[18]Bruce J. Cohen, *Sosiologi suatu pengantar*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1992) hlm. 315
[19]*Ibid*, hlm. 83

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Kajian Teori

Penelitian ini menggunakan teori *cultural industry* yang terdapat pada teori kritis. Teori ini muncul atas kolaborasi pemikiran Theodor W. Adorno dan Max Horkheimer. Pemikiran ini melahirkan buku yang memuat mengenai perkembangan teori-teori kritis. Adorno dan Horkheimer menunjukkan sikap intelektual yang kritis terhadap gagasan pencerahan yang pada saat itu terjadi di Eropa. Hal tersebut membuat teori yang dikemukakan menjadi populer di kalangan ilmuwan sosial, bahkan di era kemajuan teknologi seperti saat ini. Relevansi teori ini masih diperbincangkan para akademisi, terutama c*ulture industry*.[20]

Cultural Industry

Sebagai pelopor generasi pertama, Horkheimmer dan Adorno banyak bekerja dalam kajian-kajian kritis budaya. Kedua ilmuwan Jerman yang banyak dipengaruhi oleh pemikiran Marxisme ini meliohat identitas yang ada dalam masyarakat sebagai sesuatu yang palsu secara umum maupun khusus. Pemikiran keduanya bermaksud memperjelas secara rasional struktur yang dimiliki oleh masyarakat industri sekarang dan melihat akibat-akibat dari struktur tersebut dalam kehidupan manusia dan kebudayaan.

Menurut pandangan Marx, dalam kapitalis modern terdapat hubungan antara modal kapital dan pekerja. Hal ini akan tampak dalam hubungan diantara subyek-subyek individual yang bebas yakni pekerja dan

[20]Abdul Fikri, *Tinjauan Buku Kritik Terhadap Modernitas – Dialectic Of Enlightenment*, (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, 2015), hlm. 93

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

yang memberi kerja. Relasi produksi ini berlangsung karena adanya ideologi dalam kehidupan sosial dan budaya.[21] Masyarakat modern yang telah terkontaminasi oleh gerakan pencerahan abad ke-18 dengan konsep pengagungan rasionya. Berbasis pada rasio inilah, Max Horkheimer mulai menganalisis keadaan masyarakat pasca-industri dan mengkritiknya karena tidak sesuai dengan konsep rasionalitas pencerahan itu sendiri.

Teori kritis adalah sebuah gerakan intelektual yang dilakukan bersama-sama oleh sekelompok intelegensia dalam kurun sejarah tertentu. Teori kritis melawan dan menghantam segala bentuk teori yang bersikap obyektif dengan mengambil jarak terhadap historis nyata. Teori ini tidak berurusan dengan prinsip-prinsip umum, tidak membentuk sistem ide, melainkan memberikan kesadaran untuk membebaskan manusia dari irasionalisme.

Culture industry merupakan salah satu hasil dari teori kritis yang melihat bahwa adanya irasionalitas yang terjadi pada budaya industri. Saat industri telah menjadi komoditas yang sifatnya paradoksal maka kita baik sebagai individu maupun kelompok secara tidak langsuing dan tidak sadar telah menjadi bagian dalam sebuah struktur budaya yang telah dikomersialkan. Kini konsumen telah menjadi objek bagi ideologi industri hiburan. Seni, film, radio, televisi, menjadi komoditas ekonomi dan menjadi alat dalam mempresentasikan kekuasaan. Budaya global juga mempengaruhi segala sesuatu menjadi sama saat ini. Beberapa program

[21]Chris Weedon, *Identity and Culture*, (UK: Mc-Graw Hill *Education*, 2004), hlm. 11

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

televisi atau film, beberapa selebritis pun telah membentuk masyarakat, gaya hidup dan budata masyarakat modern selama ini. Media massa yang kemudian menjadi sesuatu yang memiliki peran yang sangat besar. Media massa dan makin berkembangnya kebutuhan akan informasi kemudian menggeser bentuk sosial kemasyarakatan dari masyarakat industri menjadi masyarakat informasi.[22]

Disinilah teori industri budaya memulai titik awal sudut pandangnya yaitu pada sistem kapitalis. Teori ini meminta kita untuk lebih sadar secara kritis akan produk-produk budaya yang ada karena ideologi dari pembuat produk budaya adalah bisnis untuk mendapatkan keuntungan. Dalam contoh misalnya *Disneyland*, saat dianggap sebagai hiburan bagi anak-anak maka pemikiran yang sangat *cultural studies* akan berpikir lebih dari itu. *Disneyland* dan tokoh-tokoh kartunnya telah menjadi aparatus budaya dan membawa ideologi akan moralitas dan kemasyarakatan secara luas. Dalam *Dialevtic of Enlightenment*, Horkheimer dan Adorno mengembangkan konsep industri budaya mereka mengacu pada acara, film, dan hal-hal seperti itu.[23]

Menurut Horkheimer dan Adorno, teks sosial yang efektif saat ini adalah media-media massa. Karena wacana tersebar di kehidupan sehari-hari, mereka menstimulasikan kenyataan dan kemudian menjadi lebih nyata daripada kenyataan itu sendiri.

---

[22]Heidy Arviani: Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP UPN Jawa Timur, *Budaya Global dalam Industri Budaya: Tinjauan Madzhab Frankfrut Terhadap Iklan, Pop Culture, dan Industri Hiburan*, Jurnal *Global and Policy* Vol.1, No.2, Juli-Desember 2013, hlm. 133
[23]*Ibid*, hlm. 135

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Televisi, radio, dan segala bentuk media lebih memiliki pengaruh ketimbang teks sosial. Hal ini mengungkapkan bahwa budaya massa mempengaruhi kenyataan dan ini erat hubungannya dengan standarisasi produksi melalui televisi, film, radio maupun media sosial untuk memanipulasi massa. Saat media komersial mencapai pemirsanya di masyarakat, tanpa kita sadari pesan yang ada dalam media kemudian mempengaruhi keinginan konsumen dan budaya tradisional mereka. Bahayanya adalah pada keinginan terdalam dan konsepsi pada diri kita sendiri. Membuat kita merasa kebahagiaan kita tergantung pada produk tersebut dan tanpa kita sadari akan makin memperbesar keuntungan bagi si pembuatnya.[24] Saat ini kita hidup dalam sebuah *brand world*, dimulai dari pandangan bahwa merek adalah "makna utama dari perusahaan modern". Iklan dan media-media massa sering dianggap sebagai penentu kecenderungan, *trend*, *mode*, bahkan dianggap sebagai pembentuk kesadaran manusia modern.

Teori ini mengkritisi bahwa media menciptakan standarisasi sendiri melalui tampilan-tampilan yang ditunjukkan secara berulang dan masif. Dengan demikian, secara tidak langsung khalayak dipaksa untuk membutuhkan dan berusaha memiliki budaya yang serupa, bagaimanapun kondisi mereka. Adorno dan Horkheimer fenomena ini atas nama kepentingan khalayak, industri kapitalis telah menggerakkan kebutuhan palsu.[25]

---

[24] *Ibid*, hlm. 138

[25] Abdul Fikri, *Tinjauan Buku Kritik Terhadap Modernitas – Dialectic Of Enlightenment*, (Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia, 2015), hlm. 98

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

PAPARAN DATA PENELITIAN

A. Deskripsi Subjek,Objek, dan Lokasi Penelitian

1. Deskripsi Subjek Penelitian

Subjek atau informan yang dijadikan dalam penelitian ini terdiri dari 6 orang remaja aktif dari komunitas Gresik *Doodle Art* yang berkisar umur 14-20 tahun. Pemilihan subjek dalam penelitian ini dipilih mengacu pada informan yang mempunyai data atau informasi yang lengkap.

a. Informan 1

Nama : Fredo Eka Pratama

Jenis Kelamin : Laki-laki

Usia : 20 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Salah satu informan dalam penelitian ini adalah Fredo, laki-laki, usia 20 tahun, ketua komunitas Gresik *doodle art*, bergabung dengan komunitas sejak 2 tahun yang lalu, mahasiswa asal Gresik, Fakultas Arsitekstur dan Desain di Universitas Pembangunan Nasional 'Veteran' Jawa Timur, Surabaya. Ketua dari komunitas Gresik *doodle art*. Seorang *freelance* desain mulai sekitar tiga tahun yang lalu. Alasan peneliti melakukan wawancara dengan informan, karena dia aktif dalam menggunakan media *instagram*.

b. Informan 2

Nama : Rughayah Ahmad

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 20 tahun

Pekerjaan : Karyawan

Perempuan, usia 20 tahun, belum menikah, seorang karyawan dan bendahara dari komunitas Gresik *doodle art*, bergabung 2 tahun yang lalu dengan komunitas Gresik *doodle art*. Alasan peneliti melakukan wawancara dengan informan, karena dia sering menggunakan media *instagram*, dan setiap hari selalu menggunakan media *instagram*.

c. Informan 3

Nama : Ita Zuhria U

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 20 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Perempuan, usia 20 tahun, 2 tahun yang lalu bergabung dengan Gresik *doodle art*, mahasiswa asal Gresik jurusan akuntansi di Universitas Muhamadiyah Gresik dan sebagai sekretaris di komunitas Gresik *doodle art*. Alasan peneliti melakukan wawancara dengan informan, karena sama halnya dengan informan pertama yang sudah lama dan aktif menggunakan *instagram* bahkan sejak SMP.

d. Informan 4 (M. Haqqir Ridho)

Nama : M. Haqqir Ridho

Jenis Kelamin : Laki-laki

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Usia : 20 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Remaja berusia 20 tahun, mahasiswa asal Gresik ini sedang menyelesaikan pendidikannya di Universitas Negeri Sunan Ampel Surabaya. Mempunyai *hobby* menggambar terutama *doodle art* sejak 1 tahun yang lalu bergabung dengan komunitas Gr*esik doodle art* dan sering mengakses *instagram* setiap hari.

e. Informan 5

Nama : Aizza Ilma

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 18 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Perempuan, usia 18 tahun, seorang mahasiswi asal Gresik jurusan Pendidikan Matematika di Univesitas Negeri Sunan Ampel Suurabaya. Mengenal *doodle art* sejak 3 tahun yang lalu dan bergabung sejak 2 tahun yang lalui dengan komunitas Gresik *doodle art*, menjadikan *doodle art* sebagai *hobby*. Alasan peneliti melakukan wawancara dengan informan, karena dia sudah pengalaman menggunakan *instagram* dengan dibuktikan dia mempunyai 2 akun *instagram* dengan unggahan foto yang berbeda, satu akun pribadi dan satunya akun yang berisi tentang karya *doodle art* miliknya.

f. Informan 6 (Firda)

Nama : Firda

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jenis Kelamin : Perempuan

Usia : 19 tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

Perempuan, usia 19 tahun asli Gresik tetapi menjadi mahasiswi di Universitas Malang. Bergabung dengan komunitas Gresik *doodle art* sejak 6 bulan yang lalu. Alasan peneliti melakukan wawancara dengan informan karena sama dengan informan yang keempat, Firda menggunakan *instagram* dalam sehari-hari dengan sering.

2. Deskripsi Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah yang berkaitan dengan keilmuan komunikasi, bagaimana komunitas Gresik *doodle art* mengkonsumsi media instagram dan gaya hidup personal yang tergabung dalam komunitas Gresik *doodle art*. Jadi, dengan objek penelitian tersebut, dapat digunakan peneliti untuk menarik kesimpulan yang masuk menjadi sebuah data *real.*

3. Deskripsi Lokasi Penelitian

Lokasi Kabupaten Gresik terletak di sebelah barat laut Kota Surabaya yang merupakan Ibukota Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah 1.191,25 km2 yang terbagi dalam 18 Kecamatan dan terdiri dari 330 Desa dan 26 Kelurahan.Secara geografis wilayah Kabupaten Gresik terletak antara 112Â° sampai 113Â° Bujur Timur dan 7Â° sampai 8Â° Lintang Selatan dan merupakan dataran rendah dengan ketinggian 2

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sampai 12 meter diatas permukaan air laut kecuali Kecamatan Panceng yang mempunyai ketinggian 25 meter diatas permukaan air laut.

Sebagian wilayah Kabupaten Gresik merupakan daerah pesisir pantai, yaitu memanjang mulai dari Kecamatan Kebomas, Gresik, Manyar, Bungah, Sidayu, Ujungpangkah dan Panceng serta Kecamatan Sangkapura dan Tambak yang lokasinya berada di Pulau Bawean. Wilayah Kabupaten Gresik sebelah utara berbatasan dengan Laut Jawa, Sebelah Timur berbatasan dengan Selat Madura dan Kota Surabaya, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Mojokerto, dan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Lamongan.[1] Penelitian ini tepatnya di lakukan di *basecamp* komunitas Gresik *doodle art* yang terletak di Desa Kedamen RT 19/ 07 Kecamatan Kedamean, Kabupaten Gresik atau menyesuaikan dimana informan dapat ditemui.

Dalam sebuah penelitian dilakukan beberapa tahapan yang bertujuan untuk mendapatkan jawaban atas permasalahan dari penelitian yang telah difokuskan, tahapan tersebut adalah meliputi pengumpulan data analisis data dan penarikan kesimpulan atas data yang telah diperoleh. Peneliti harus benar-benar memahami tentang fokus penelitian dan juga hal-hal yang berkaitan dengan data yang dibutuhkan.

Penelitian ini menggunakan dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer yang dimaksudkan dalam

[1]Geografis Kabupaten Gresik, dalam http://gresikkab.go.id/profil/geografi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penelitian ini berupa observasi langsung ke lapangan untuk melihat dan menilai kondisi obyek yang diteliti dan melakukan wawancara mendalam yang berpedoman pada pertanyaan yang disiapkan peneliti. Sedangkan sumber data yang bersifat sekunder berasal dari berbagai referensi yang didapatkan dari pihak internal maupun eksternal.

Dalam penelitian ini peneliti menganalisis data-data yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi yang terkait dengan fokus masalah peneliti mengenai bagaimana komunitas mengkonsumsi media *instagram* dan bagaimana gaya hidup personal komunitas tersebut.

B. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan fokus dalam penelitian ini yaitu urnuk mengetahui bagaimana anggota komunitas mengkonsumsi media *instagram* dan gaya hidup personal komunitas Gresik *doodle art*. Maka peneliti melakukan wawancara dan pengamatan langsung terhadap informan dalam penelitian ini.

1. Pemilihan dan Penggunaan Media

Kehadiran media massa dan teknologi saat ini memang berkembang sangat pesat apalagi dikalangan remaja. Salah satunya adalah media *instagram* yaitu media sosial yang digunakan untuk berbagi foto maupun video dengan pengguna *instagram* yang lain dalam jangkauan yang sangat luas.

Dalam mengkonsumsi media, berarti segala alasan dan dorongan dalam diri manusia yang menyebabakan seseorang menggunakan media dan tujuanya menggunakan media tersebut

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sesuai kebutuhan dan motif tertentu.[2] Seperti yang diungkapkan oleh merupakan informan Fredo yang memilih menggunakan *instagram* karena menarik dan lengkap denag seni visual yang ditampilkan.

> "ya aku milih *instagram* karena visualnya yang ga bikin bosen, dan juga fitur yang di dalam *instagram* juga banyak banget kok mulai dar edit foto, video dan banyak lainnya"[3]

Begitupun dengan informan Yayak yang memilih media *instagram* karena fiturnya beragam.

> "aku suka sama media instagram itu karena bisa buat edit foto, video, story, live, cari apa yang tak inginkan itu ada semua. Apalagi ada IG TV yang bisa buat upload video maksimal 10 menit juga" [4]

Sementara dari pengamatan peneliti, seseorang yang memilih sebuah media untuk memenuhi kebutuhannya pasti akan menggunakan media tersebut untuk membuat dirinya puas. Seperti yang diungkapkan oleh infirman Fredo yang mengaku saat itu menggunakan *instagram* untuk mencari tahu atau mencari informasi apa nama gambar yang dia buat dengan memanfaatkan fitur yang ada di *instagram*.

> "Saya sebelumnya tidak mengetahui bahwa gambar yang sering saya buat punya nama *doodle*. Saya pun baru mengetahui bahwa itu adalah *doodle art* ketika membuka media sosial *instagram* dan menemukan gambar yang sama yang pernah dibuatnya. Sejak saat itu, saya mulai mencari referensi di media sosial *instagram* dan menemukan sebuah akun yang berisi tentang sebuah komunitas baru di kota Gresik dan bergerak dibidang *doodle art*" [5]

---

[2] Denis, McQuail, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Erlangga, 1991), hlm. 72
[3] Wawancara dengan Fredo pada 10 April 2018
[4] Wawancara dengan Yayak pada 24 April 2018
[5] Wawancara dengan Fredo pada 10 April 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Setelah Fredo berhasil menemukan informasi tentang apa nama gambar yang dia buat melalui media *instagram*, dia mencari tau lagi informasi atau data mengenai adanya sekumpulan atau komunitas yang ada di Kota Gresik, tempat dimana informan berada.

> "Setelah saya menemukan nama gambar yang saya buat, saya mencoba mencari informasi melalui media *instagram* dengan awalnya saya iseng aja mungkin ada kan saya bisa bergabung dengan mereka-mereka yang pinya kesukaan yang sama dengan saya, jadi apa ada sih komunitas seni *doodle* di Kota Gresik. Setelah saya mencoba akhirnya saya menemukan adanya komunitas Gresik doo*dle art* melalui media *instagram* juga."[6]

Diperkuat lagi dengan paparan dari informan kedua Yayak juga mengguanakan media *instagram* setiap hari untuk mencari informasi atau sesuatu yang diinginkan terutama tentang *doodle art*.

> "Saya dulu tahu adanya komunitas Gresik *Doodle* Art ini dari *instagram* dan saya menemukan gambar yang sama dengan apa yang saya gambar ternyata namanya gambar *doodle*, saya selalu mencari semua informasi setiap ada event-event kegiatan tentang komunitas *doodle* yang ada di Gresik ini. Apalagi saya setiap hari selalu mengakses *instagram* loh karena menurutku *instagram* itu banyak informasinya."[7]

Sama seperti Fredo dan Yayak, Itak menambahkan dia mengetahui komunitas ini lewat *instagram* karena saat dia mecnari informasi tentang *doodle* di *instagram* ternyata ada yang mengirim pesan dan memintanya untuk bergabung langsung dengan komunitas Gresik *doodle art* waktu itu.

> "Sejak SMA saya suka gambar *doodle* sekitar 2 tahun yang lalu lah. Awalnya hanya iseng gambar dan *upload* di

[6] ibid
[7] Wawancara dengan Yayak pada 24 April 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> instagram dan mencari tahu ke yang lain melalui *instagram* apa nama gamnbar ini, eh kemudian ada yang membalas gambar saya melalui *direct message* yaitu admin dari Gresik *doodle art* sendiri dan mengajak saya untuk bergabung. Yaudah akhinya saya mulai bergabung dengan komunitas Gresik *doodle art* itu lewat *instagram*."[8]

Berbeda dengan ketiga informan diatas yang menggunakan *instagram* untuk mencari info adanya komunitas *doodle* yang ada di Kota Gresik. Aizza menggunakan media *instagram* untuk mencari informasi bukan tentang *doodle art*, tetapi dia lebih sering mencari informasi mengenai kuliner baik makanan maupun minuman yang dia sukai.

> "Hehehe iya jadi selain aku suka cari-cari info tentang kesukaanku dalam nggambar *doodle* sih aku juga lebih suka mencari informasi di *instagram* itu tentang makanan, minuman, ya pokoknya kuliner gitu, apalagi kalau da promo yang gratis gitu."[9]

Sama dengan apa yang di ungkapkan oleh Aizza dan Yayak pada sebelumya. Firda dan Ekik juga menggunakan media *instagram* untuk mencari tahu informasi lain selain tentang *doodle art*, yaitu tentang adanya event-event yang ingin diikuti mereka biasanya.

> "Aku biasanya selain cari informasi tentang *doodle* gitu ya, biasanya aku suka cari tentang event-event yang menarik dan aku ikut biasanya kan lumayan juga nambah-nambah pengetahuan gitu"[10]
>
> "Ya aku lebih suka sih cari informasi tentang event-event gitu soalnya siapa tau juga nanti komunitas Gresik doodle art

[8] Wawancara dengan Itak pada 22 April 2018
[9] Wawancara dengan Aizza pada 25 April 2018
[10] Wawancara dengan Ekik pada 20 April 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> sendiri yang di undang di enet-event gitu kan lumayan juga”[11]

Dari semua informan yang sudah di wawancara dan minta data oleh peneliti mengaku bahwa setiap informan mengkonsumsi media *instagram* untuk mencari tahu informasi atau memeroleh data yang sesuai dengan apa yang mereka inginkan. Pemilihan media tergantung dari bagaimana individu dalam selera memilih dan menggunakan media instagram sesuai dengan kebutuhannya.

2. Pemakaian *Fitur* Media

Dengan semakin berkembangnya perkembangan teknologi informasi, makan semakin berkembang juga apa yang ada di dalamnya seperti isi dari media tersebut. *Instagram* saat ini hadir dengan bermacam-macam fitur baru yang memudahkan pengguna dalam mengkonsumsinya dengan bebas. Fitur adalah karakteristik khusus yang terdapat pada suatu alat seperti di media *instagram* dengan adanya IG TV (cerita) yang berduraasi 10 menit yang dimana pengirim tersebut dapat dengan bebas membagikan secara luas ke media *instagram* dengan jangkauan yang sangat luas, belum lagi adanya akun *instagram* orang lain yang bisa mennjadi hiburan tersendiri buat penikmatnya. Seperti yang diungkapkan oleh informan Aizza sebagai berikut.

> “Ya, aku sering banget mengkonsumsi *instagram*, apalagi sekarang banyak gitu ya fitur-fitur baru dari *instagram* yang buat aku terus gunain , jadi instagram itu paketnya lengkap lah, Cuma sih menghabiskan kuota biasanya soalnya data yang dibuat untuk bermain instagram sangatlah besar. Tapi, aku menikmati banget sama fitur-fitur yang disajikan sama

[11]Wawancara dengan Firda pada 25 April 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> i*nstagram*. Misalnya mau baca komik bisa, cari informasi bisa, karena banyak fiturnya dan itu menurutku hiburan tersendiri sih ”[12]

Ekik menambahkan,

> “ya aku sih sebagai hiburan aja kalau lagi bosan dan bingung gitu biar ga nganggur ya aku buka-buka *instagram* utnuk lihat aktifitas anak-anak atau siapaa aja yang kita ikuti lah istilahnya”[13]

Hampir sama dengan Aizza dan Ekik, disini Fredo juga menambahkan bahwa dia mengkonsumsi media *instagram* sebagai media hiburan dengan fitur yang disajikan seperti ada filter wajah yang bisa berubah-ubah yang menurutnya itu lucu untuk hiburan.

> “Ya lucu aja sekarang *instagram* ada fitur lucu-luu gitu jadi pas dicoba ya lucu sendiri lihat wajah kita. Belum lagi fitur tersebut bisa kita pilih sendiri. Jadi *instagram* itu hiburan banget lah apalagi kalau lagi bosan dan tidak tau harus melakukan apa.[14]

Apa yang diungkapkan Ekik sama dengan apa yang diungkapkan Firda yang sering juga dalam menggunakan dan mencoba fitur-fitur baru yang disajikan media *instagram* dan menurutnya itu adalah sebuah hiburan tersendiri baginya.

> “ Lucu loh, jadi merasa terhibur sendiri gitu. Apalagi kalau lagi bosan aku sering memaki instagram untuk menikmati fitur yang disediakan. *Instagram* itu sering mengeluarkan filter-filtr yang ditawarkan media *instagram* tersebut.”[15]

> “Aku biasanya buat lihat komentar-komentar di postingan orang yang biasanya menurutku lagi viral dan itu banyak menyita perhatian publik buat membacanya sih, jadi ya bisa buat hiburan tersendiri”[16]

---

[12] Wawancara dengan Aizza pada 25 April 2018
[13] Wawancara dengan Ekik pada 20 April 2018
[14] Wawancara dengan Fredo pada 10 April 2018
[15] Wawancara dengan Firda pada 25 April 2018
[16] Wawancara dengan Yayak pada 24 April 2014

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "menurutku kalau di *instagram* memang benar-benar bisa jadi hiburan apalagi akun-akun gosip gitu yang menurutku lucu aja kalo kita nyimak"[17]

Dari beberapa penyataan yang dipaparkan informan, media *instagram* ternyata mampu menjadi media yang menyediakan fotur yang mampu membuat pengguananya merasa terhibur ketika dikonsumsi dengan baik dan benar sebagaimana mestinya. Fitur yang ada di media *instagram* membuat siapa saja yang megakses terutama remaja merasa terhibur dan seneng dngan apa yang disedikan.

Selain sebagai media untuk mencari informasi dan memanfaatkan fitur yang ada di media *instagram* sebagai hiburan.

3. Perilaku Mencontoh Gambar dari Media *Instagram*

Pemanfaatan media *instagram* ini yang dikonsumsi oleh khalayak khususnya remaja komunitas Gresik *doodle art* dalam menggunakan media ini juga sangat berguna untuk dijadikan sebagai sarana contoh atau referensi dalam berkarya. Mencontoh atau menjadikan gambar tersebut sebagai referensi atau istilah dari sumber acuan karya disini yang dimaksud adalah konten yang disajikan oleh media *instagram* seperti hasil postingan orang kain yang kemudia dikonsumsi oleh khalayak luas. Dijadikan referensi disini bukan berarti meniru, tetapi sebagai gambaran saja atau sumber acuan seperti yang di sampaikan informan Aizza.

> "Ya aku sering kan mengkonsumsi media *instagram*, soalnya lewat *instagram* jadi punya ide baru untuk lihat

[17] Wawancara dengan Itak pada 22 April 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> referensi buat nggambar yang baru, kalo udah mentok dan buntu ya aku lihat-lihat akun tentang *doodle* di media *instagram*. Soalnya *instagram* itu lebih lengkap dai media lain kalo menurutku. Karena disamaping dia menampilkan foto, dia juga bisa untuk menampilkan video yang bisa kita nikmati seperti tutorial atau langkah-langkah dalam menggambar *doodle art* yang baika atu yang lain-lain. [18]

Hal serupa juga diungkapkan oleh Ekik dan Yayak,

> " Jadi di media *instagram* kan banyak akun-akun yang bisa buat inspirasi dan bisa dijadikan referensi, ya kadang juga dikasih tau sama temen-temen komunitas juga kalau misalnya ada referensi yang bagus ini loh ada di *instagram* tentang *doodle* dijadikan referensi. Jadi aku pengen tau yang lagi *hits*, biar tidak bosan, lihat-lihat akun *doodle* gitu buat referensi"[19]

> "aku biasanya kalau lagi buntu sih sama ide gitu dan ga tau mau gambar yang model gimana tapi lagi pengen gambar saat itu, apa yang mau aku tuangin ke gambar, jadi biasanya aku lihat-lihat dulu di media *instagram*, dengan cara lihat postingan yang menunjukkan itu *doodle* baru nanti aku jadikan referensi buat aku menggambar gitu."[20]

Fredo menambahkan bahwa dia menggunakan konten yang disajikan atau postingan oleh instagram tersebut sesuai dengan *skill* dan kemampuannya. Jadi, Fredo menjadikan referensi sesuai dengan gaya dia menggambar yang mirip dengan yang di jadikan acuan atau referensi.

> "kalau aku sih biasanya ccari referensi yang mirip-mirip gitu sama syle menggambarku, jadi enak aja kalau ngikutinnya. Bahkan biasanya ada tutorial dalam bentuk video"[21]

Firda juga sependapat dengan Fredo,

> "ya sama sih aku juga gitu biasanya tak buat referensi yang sesuai dengan gaya *doodle* ku. Kan tiap orang itu pasti punya

[18]Wawancara dengan Aizza pada 25 April 2018
[19]Wawancara dengan Ekik pada 20 April 2018
[20]Wawancara dengan Yayak pada 24 April 2018
[21]Wawancara denga Fredo pada10 April 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> gaya menggambar yang berbeda-beda. jadi biasanya ya aku cari refernsi yang mirip-mirip kayak punyaku lah"[22]

Dari jawaban yang di paparkan oleh semua informan yang di wawancara oleh peneliti, semua informan mengaku mengkonsumsi media *instagram* sebagai referensi karya agar karya yang dihasilakan juga bagus dan sesuai dengan apa yang diharapkan. Disini terlihat seseorang berhasil menirukan dan mengkonsumsi apa yang ada dalam media *instagram* dan memanfaatkannya dengan baik sebagai pengetahuan lebih dalam lagi untuk membuat karyanya lebih banyak referensi dari sebelumnya.

4. *Instagramholic*

Instagramholic disini yang dimaksud adalah seseorang yang sangat menyukai bahkan bisa dianggap gila dalam mengkonsumsi media *instagram*. Informan Firda menjelaskan bahwa dirinya selalu membuka dan mengkonsumsi media *instagram* setiap hari secara terus menerus.

> "bisa dikatain sih aku ini *instagramholic* ya misal aja aku selalu buka instagram saat boring, ngantuk, dan gaada kegitana bisa sampe-sampe seharian aku mainana instagram karena menurutku sih ga bosan gitu ya kan dia aitu banyak gambar, viedo, belum lagi fasilitas yang ada di dalamnya. Ya biarpun kuota cepet abis tapi seneng bangetaku kalo konsumsi media ini dibanding aplikasi yang lain yang ada di hpku. "[23]

Informan Itak juga mengungkapkan kesenangannya dalam mengkonsumsi media *instagram* meskipun banyak kuota yang harus terbuang karena menggunakannya secara terus menerus.

[22]Wawancara dengan Firda pada 25 April 2018
[23]Wawancara dengan Firda pada 25 April 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> "ya aku suka banget kalo gunain media *instagram* ini, jadi candu gitu. Sekali pengen liat infi tentang ini nanti akan keterusan lihat yang lain lain juga. Apalagi aku suka sama *doodle art* ya, pas aku lihat karya *doodle* di instagram ya aku malah lihat karya-karya yang lain sampai video-video tentang menggambarnya juga, alat aynag digunain ini apasih merknya. Jadi bikin ketagihan gitu kalo udah buka *instagram* malah pengen nyoba-nyoba fitur baru, belum lagi kalo ada pembaruan nih ya jadi pengen *instagram*an terus kalo aku gitu."[24]

Dari penjelasan informan tersebut, peneliti menganggap *instagramholic* adalah sebutan bagi seseorang yang sangat menyukai bahkan bisa dikatakan fanatik dalam mengkonsumsi media instagram secara terus menerus.

5. Gaya Hidup *Instagramable* Anggota Komunitas

Selain sebagai referensi, untuk membuat karya dari seseorang menjadi eksis atau dikenal orang lain dapat dilakukan dengan berdasarkan aktivitas atau tindakan yang dilakukan sesorang. Kata *instagramable* ini mungkin kurang dikenal masyarakata luas, berbeda dengan masyarakat yang memang aktif di sosial media. *Instagramable* disisni yang dimaksud adalah cocok atau layak dijadikan sebagai sebuah objek untuk update de media instagram. Gaya hidup *instagramable* bisa dijadikan sebagai pembuktian diri bahwa kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan seseorang dapat berguna dan mendapat nilai baik di mata orang lain. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada informan yang merupakan anggota aktif komunitas Gresik *doodle art* dan

[24]Wawancara dengan Itak pada 22 April 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengguna aktif media *instagram*, mereka menjelaskan bagaimana cara mereka dalam mengkonsumsi media *instagram* supaya karya yang mereka buat terlihat eksis ketika orang lain melihatnya terutama di media *instagram.*

Informan pertama, yaitu Fredo menejelaskan bagaimana kegiatannya dalam mengkonsumsi media *instagram* sebagai media untuk menunjukkan hasil karyanya kepada orang lain atau siapa saja yang melihatnya di media *instagram*.

> "ya kalau aku sih biasanya buat ngenalin kalo aku anak komunitas gresik *doodle art* sih aku gambar terus aku digitalin kemudian aku posting di *instagram*, nah dari situ kan nanti orang lain bisa tau dan lihat sama karya yang tak buat. Ya aku buat biar orang yang lihat *instagram* juga tau kalo aku ini anak yang sering *posting-posting* foto tentang *doodle*, tentang karya-karyaku di *instagram*, biar ekis gitulah. "[25]

Sama halnya dengan Fredo, Yayak juga menjelaskan bagaimana seseorang dikenal sebagai anak komunitas Gresik *doodle art* dengan cara memposting setiap hasil karya yang dibuat ke media *instagram.*

> "aku biasanya gambar dulu di kertas, terus tak tebeli sama bolpen atau spidol dulu. Pas aku liat udah rapi ya aku foto biaanya terus tak upload di media *instagramku* sendiri biar orang lain tahu kalo aku ini anak yang suka sama *doodle art* dengan seringnya uplod foto karya *doodle* gitu mbak"[26]

Sama halnya dengan Fredo dan Yayak, Aizza dan Itak juga menambahkan bahwa seseorang bisa terlihat eksis ketika orang tersebut sering menunjukkan hasil karyanya kepada orang lain

[25]Wawancara dengan Fredo pada 10 April 2018
[26]Wawancara dengan Yayak pada 24 April 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

seperti memanfaatkan fitur yang disediakan oleh *instagram* dengan cara memposting kegiatan menggambarnya terutama menggambar *doodle art.*

> ”menurutku sih aku gunain *instagram* selain buat posting fotoku sendiri sih biasanya aku posting karya-karyaku tentang doodle buat nunjukin ke orang lain yang lihat kalo aku ini anak yang suka sama seni *doodle*”[27]
>
> “ya *instagram* aku buat posting klao ga agitu ya story tentang diriku sendiri kadang juga tentang karya *doodle* ku sih, ya iar dilihat sama orang lain aja terutama karya-karyakau. Syukur-syukur kalo ada yang berniatan buat pesen kan klumayan buat nambah sangu”[28]

Dalam bahasa verbal *Instagramable* mungkin sangat aneh di dengar kalau mereka bukan warganet atau *netizen*, orang yang aktif terlibat dalam dunia maya atau internet. Arti dari *Instagramable* sendiri adalah sesuatu yang cocok untuk diposting di *instagram*. Bisa jadi suatu foto dari karya tersebut memang bagus dan layak untuk dibagikan ke orang lain yang melihatnya.

6. Komunitas Membuat Bahagia

Sebuah komunitas dapat dikatakan sempurna apabila komunitas tersebut memiliki anggota dan mempunyai jaringan yang bisa untuk mengembangkan komunitasnya. Termasuk kesenangan dalam penelitian ini sama dengan bagahia dalam gaya hidup yang berarah pada kesenangan duniawi atau bisa dikatakan dengan gaya hidup didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menghabiskan waktu serta uang yang membuatnya bahagia. Gaya hidup adalah fungsi motivasi konsumen dan pembelajaran

[27]Wawancara dengan Aizza pada 25 April 2018
[28]Wawancara dengan Itak pada 22 April 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebelumnya, kelas sosial, demografi, dan variabel lain. Gaya hidup adalah konsepsi ringkasan yang mencerminkan nilai konsumen.[29]

Gaya hidup personal yang tergabung dalam komunitas Gresik *doodle art* ini bisa dikatakan gaya hidup untuk memeperoleh kesenangan dan kebahagiaan bisa dilihat seperti mengeluarkan banyak uang untuk sekedar kumpul bersama. Seperti yang di ungkapkan informan Fredo,

> "ya biasanya sih lebih nyamannya itu ke tempat yang menurut saya dan anak komunitas ini kita ngerasa nyaman ya meskipun biasanya kita menyebut makanan yang ada dalam tempat tersebut mahal udah kita sebut hedon banget kumpulnya gitu yang penting kita mah bahagia gitu mbak bisa kalo bisa kumpul, apalagi namanya komunitas ya kalo ga bahgaia kan gabisa maju nantinya"[30]

Sama dengan informan Fredo, Aizza menambahkan jika basic yang dimiliki sejak sekolah SMK ini tentang desain, dan ketika dia masuk ke dalam komunitas Gresik *doodle art* ini yang dibahas adalah hal yang sama yaitu tentang seni. Yang biasanaya Aizza tidur dengan cepat, ketika dia masuk ke dalam komunitas, jadwal tidur dia bertambah malam karena komunitas Gresik *doodle art* ini terkadang berkumpul di malam hari dan memilih tempat yang mewah dengan tujuan memperoleh kesenngan dalam berkumpul dengan satu sama lain hanya untuk sekedar sharing atau evaluasi tentang kemajuan komunitas atau bahkan kegiatan-kegiatan yang mau dijalankan.

> "ya kan biasanya anak-anak komunitas kalu ngajak kumpul itu kadang malam, ya mau gamau saya ikut daripada saya ga ngapain-ngapain juga dirumah dan itu pulang selalu malam

[29]James F. Engel, et. al., *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Binarupa Aksara Jilid 1, 1994), hlm. 383.
[30]Wawancara dengan Fredo pada 25 April 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

> melebihi jam 9 malam lah. Terus biasanya sih bukan di warkop gitu ya kalau kumpul, lebih ke tempat yang wow gitu yang gimana ya, menunya *junk food* sih gitu itu. Tapi ya gapapa kan bareng-bareng sama komunitas juga biar makin kompak. Toh nanti juga disana bakal seneng ketemu sama anak-anak yang lain"[31]

Dari beberapa hasil wawancara dengan informan diatas, menunjukkan dengan bergabungnya sesesorang ke dalam sebuah komunitas akan mempengaruhi satu sama lain seperti kesenangan yang diciptakan bersama untuk saling mempererat komunitas walaupun dengan keluar ke tempat yang mewah. Gaya hidup ini mencerminkan bagaimana individu atau personal dari komunitas berinteraksi dengan lingkungan yang bisa mempengaruhi gejala aspek perilaku konsumsi seseorang.

7. Ketertarikan Membeli Barang

Ketertarikan seseorang dalam membeli sesuatu ini akibat dari apa yang dilihat dan diikuti sebelumnya. Dari hasil wawancara peneliti dengan informan Firda mengatakan bahwa selama ini mengeluarkan uang untuk mebeli alat-alat menggambar demi menunjang kreatifitasnya dan meniru apa yang dilihat dalam referensi yang diakses melalui media. Firda mengaku selama ini menyisihkan uang jajan untuk membeli perlengkapan menggambar sesuai dengan yang dilihatnya.

> "Ya awalnya aku cuma mau lihat referensi gitu, tapi kalau udah nemu biasanya aku aplikasikan buat niru beli alat-alat yang sama seperti apa yang aku lihat di refernsi dari media itu biasanya. Ya alatnya buat gambar kan ga murah juga. Jadi

[31] Wawancara dengan Aizza pada 25 April 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kadang saya bela-belain nyisihin uang jajan cuma buat beli alat itu. Belum lagi kalo udah kumpul sam anak-anak komunitas gitu terus tau dia pake alat apasih bisa bagus, ya kadang aku niru buat beli yang kayak gitu juga"[32]

Yayak menambahkan,

"ya mau gimana lagi, kan kalau mau hasil yang bagus juga harus rela merogoh uang yang dalam juga biar menghasilkan karya yang enak kalau dilihat apalagi kalau sedang menyelesaikan pesanan dari orang lain. jadi sering beli alat-alat gambar gitu memang."[33]

Tanggapan serupa juga disampaikan informan Ekik,

"saat saya bergabung, saya hanya punya satu alat, dan untuk menambah dan mendukung *passion* saya, belum lagi lihat sekeliling kalo nggambar pake alat apa ya kok bisa bagus dari punyaku, ya mau ga mau harus beli alat-alat tersebut dan pengen juga kayak yg lain, apalagi masalah merk kan biar apa yang saya hasilkan ini sesuai gitu dengan alat-alat yang saya pakai dengan harga yang tidak murah."[34]

Fredo juga mengungkapkan,

"jadi biasanya aku lihat di *instagram* punya oarang yang suka menggambar *doodle* dengan menggunaka alat gambar yang membuat gambarannya menjadi bagus dan enak buat dilihat, nah dari situ aku biasanya beli alat gambar kayak merk *brushpen* gitu sama kayak yang dipake orang itu yang aku lihat di instagram jadi ya harus keluar uang yang ga sedikit sih, mahal soalnya. Selain lihat di *instagram* gitu biasanya pas kumpul bareng kan yang lain pada bawa alat sendiri-sendiri untuk menggambar terus kadang kalo aku lihat kok bisa sih hasilnya bagus gitu pake alat tulis yang merka apa, nah kadang juga aku ikut-ikutan beli biar gambarku bagus kayak punya dia"[35]

Dari hasil wawancara peneliti dengan informan diatas menunjukkan bahwa ketertarikan seseorang dalam membeli suatu

[32]Wawancara dengan Firda pada 25 April 2018
[33]Wawancara dengan Yayak pada 24 April 2018
[34]Wawancara dengan Ekik pada 20 April 2018
[35]Wawancara dengan Fredo pada 10 April 2018

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

barang bisa dipengaruhi oleh lingkungan sekitar dan apa yang selama ini dilihatnya. Hal tersebut dilakukan untuk membaut karya yang dihasilkan terlihat lebih bagus dengan peralatan yang bagus juga.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian

Analisis data adalah bagian dari tahap penelitian kualitatif yang berguna untuk menelaah data yang telah diperoleh peneliti dari informan maupun dari lapangan. Analisis data ini dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data salah satunya adalah wawancara terhadap informan. Analisis data ini sudah dilakukan sejak awal penelitian dan bersamaan dengan pengumpulan data. Setelah beberapa data-data terkumpulkan, yang digali dari beberapa informan untuk menghasilkan temuan-temuan yang dapat dianalisa dan dikaji serta dikaitkan pengakuan dalam fenomena saat berlangsung sehingga dalam penelitian dengan teori sehingga menjadi sebuah kesimpulan dalam temuan-temuan yang ada dalam penelitian penulis mengawalinya melihat dari segi fokus penelitian yang sebagai pondasi awal untuk menggali data lebih jauh.

Analisa data didasarkan pada fokus dalam penelitian ini. Dimana penelitian ini berfokus pada bagaimana anggota komunitas mengkonsumsi media *instagram* dan gaya hidup personal yang tergabung dalam komunitas Gresik *doodle art.*

1. Anggota Komunitas Gresik *Doodle Art* dalam Mengkonsumsi Media *Instagram*

a. Sumber Informasi bagi Anggota Komunitas

Seiring dengan kemajuan teknologi, media semakin lama semakin berkembang. Media adalah segala bentuk saluran yang digunakan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Media juga merupakan jendela yang memungkinkan untuk dapat melihat lingkungan yang lebih jauh, sebagai penafsir yang membantu memahami pengalaman, sebagai landasan penyampai informasi, Sebagai komunikasi interaktif yang meliputi opini audiens, sebagai penanda pemberi intruksi atau petunjuk , sebagai penyaring atau pembagi pengalaman dan fokus terhadap orang lain, cermin yang merefleksikan diri kita dan penghalang yang menutupi kebenaran.

Media komunikasi juga dijelaskan sebagai sebuah sarana yang dipergunakan sebagai memproduksi, reproduksi, mengolah dan mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi. Media komunikasi sangat berperan penting bagi kehidupan masyarakat. Secara sederhana, sebuah media komunikasi adalah sebuah perantara dalam menyampaikan sebuah informasi dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan agar efisien dalam menyebarkan informasi atau pesan.

Kehadiran media sosial ini juga dimanfaatkan oleh beberapa golongan atau kelompok terutama remaja terutama yang biasa mengkonsumsi media *instagram* secara terus menerus atau bisa disebut dengan nama *instagramholic*. Untuk mempermudah penyampaian pesan serta proses pertukaran informasi. Pemanfaatan kelebihan dari media itu sendiri dapat disampaikan dalam waktu cepat dan dapat diterima oleh banyak komunikaan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ada banyak jejaring media sosial yang populer dan memiliki banyak penggunaan seperti *instagram*. Dalam penggunaannya, *instagram* sebagai suatu media sosial yang digunakan personal remaja komunitas Gresik *doodle art* digunakan sebagai media umtuk mecnari berbagai informasi yang diinginkan. *Instagram* menjadi salah satu sumber informasi dari hadirnya media baru dalam ranah komunikasi. Dalam *instagram*, terdapat beberapa konten yang diunggah oleh penggunanya yang memiliki potensi informasi yang dibutuhkan oleh pengguna lainnya. Dari media instagram, banyak informasi yang diperoleh personal komunitas.

Dalam hal ini hampir semua informan anggota komunitas Gresik *doodle art* yang ditemui peneliti memanfaatkan media *instagram* dalam mencari informasi yang dibutuhkan termasuk informasi mengenai *doodle* yang diinginkan dalam media *instagram* berbagai informasi sangat mudah untuk didapatkan penggunanya. Individu dapat dengan mudah menggunakan instagram dan mengakses segala informasi yang dibutuhkan untuk memproleh kepuasan tersendiri jika apa yang dibutuhkan sudah teepenuhi.

Dalam hal ini, informan mencari informasi yang sesuai dengan apa yang diharapkan seperti adanya keingianan untuk mencari informasi tentang seni *doodle*, atau bahkan mencari sosok yang dianggap mempunyai gambar doodle yang bisa dijadikan informasi lebih. Dengan memanfaatkan media *instagram* tersebut, remaja komunitas Gresik *doodle art* dapat dengan leluasa mengakses dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan media *instagram* untuk mecari informasi sesuai apa yang diinginkan dalam penggunaannya.

Instagram dengan fitur algoritma menunjukkan hasil pencarian terdekat. Misalnya pada salah satu informan yang bernama Fredo, saat melakukan pencarian mengenai *doodle* di *instagram* secara otomatis *instagram* mengarahkan hasil pencarian pada hal-hal mengenai *doodle* dan salah satunya instagram milik Gresik *doodle* art.

b. Fitur Media *Instagram* sebagai Hiburan dan Eksistensi Karya

Instagram dan media sosial bertautan erat dengan perkembangan dunia teknologi dan informasi. Hadirnya fitur-fitur yang disediakan oleh media instagram membuat seseorang lebih lagi dalam mengakses karena fitur yang disediakan sangat beragam mulai dari penggunaan fitur foto, *caption, comment, like, hastag, mentions, direct message, geotagging,* sampai saat ini ditambahkan lagi fitur IG TV dimana saat ini pengguna bisa menunggah video lebih dari 1 menit dengan maksimal 10 menit dan bisa dinikmati semua khalayak dalam jumlah yang snagat banyak. Pemanfaatan fitur di medi instagram ini mempunyai kelebihan dan kelemahan. Kelebihan dalam fitur yang disediakan media *instagram,* bisa dengan bebas dalam mengedit foto maupun video yang akan di upload dan di bagikan kepada khalayak luas. Kelemahan dari fitur media instagram ini adalah ketika size foto maupun video dalam ukuran kecil, maka hasilnya akan pecah dan tidak seuai dengan apa yang diharapkan penggunanya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti kepada informan remaja komunitas Gresik *doodle art* memanfaatkan fitur di media *instagram* seperti mengikuti akun *instagram* yang sesuai dengan yang di inginkan. Mengikuti akun *instagram* yang berhubungan dengan *doodle art* akan membuat pengguna tersebut lebih sering membuka *instagram* dan dijadikan hiburan dengan melihat berbagai macam cara menggambar atau tutorial seperti yang ditampilkan di akun *instagram* yang diikutinya.

Fitur di dalam media *instagram* bisa dikatakan sebagai paket lengkap apalagi yang mengkonsumsi adalah remaja yang dapat dengan cepet untuk menyerap dan memepelajari sebuah teknologi yang berkembang saat ini. Paket lengkap yang ada di dalam media *instagram* sangat dimanfaatkan oleh remaja dalam komunitas Gresik *doodle art* karena apa yang diinginkan tiap personal ada didalamnya seperti yang menjadi menjadi hiburan adalah adanya kolom komentar di setiap postingan media *instagram* yang membuat siapa saja bisa melihatnya. Akun gosip misalnya, kebanyakan pengguna media *instagram* menyimak dan membaca komentar dari postingan tersebut untuk menjadi hiburan karena bagi sebagian orang itu menjadi hal yang bisa dijadikan hiburan tersendiri.

Penggunaan fitur dalam media *instagram* ini dimanfaat oleh informan dalam menciba mencari hiburan tersendiri. Media sosial memberikan keuntungan yaitu mereka atau pengguna media secara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bebas dapat memanfaatkan fitur yang sudah disediakn dalam media *instagram*.

Dalam penggunaan media sosial dalam hal ini *instagram*, informan dalam penelitian ini memanfaatkan fitur-fitur yang ada di *instagram* dalam melakukan kegiatanya sebagai seorang fujoshi. *Instagram* sendiri merupakan salah satu aplikasi yang memberikan fasilitas untuk berbagi foto atau video yang dapat mereka bagikan ke pengguna jejaring sosial media *instagram* yang lain. Selain fitur untuk membagikan foto dan video di *instagram*, saat ini juga sudah ada fitur *instagram story* , itu merupakan salah satu fitur baru *instagram* yang bisa digunakan untuk membagikan foto , video, bahkan tulisan yang hanya bisa dilihat selama satu hari.

Dalam hal ini, fitur media *instagram* yang digunakan informan sebagai hiburan merupakan bagaimana individu mengkonsumsi media *instagram* tersebut. Seperti yang dikatakan salah satu informan yang bernama Aizza yang mengkonsumsi *instagram* karena adantya fitur IG TV yaitu fitur instagram yang berusaha menmapilkan video dengan durasi maksimal 10 menit untuk dilihat orang lain dan adaya akun instagram lain seperti akun gosip yang menunjukkan sebuah informasi dan menjadi viral yang kemudian orang lain bisa dengan bebas melihat komentar-komentar dibwahnya. Dengan melihat komentar tersebut, bisa dijadikan sebagai hiburan tersendiri bagi siap saja yang mengkonsumsinya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Media masa menjadi perkembangan zaman pada kehidupan manusia, media massa menjadi kebutuhan hiburan bagi masyarakat salah satu media yang berpengaruh cukup besar dalam peradaban manusia adalah Internet. Kehadiran dari internet telah memberikan revolusi pada cara berkomunikasi pada manusia, cara baru berinteraksi melalui media sosial. Media sosial merupakan sebuah media online yang dapat berbagi. *Instagram* menjadi salah satu jejaring sosial yang merupakan aplikasi berbagi foto yang dapat oleh para khayalak lain. Banyak orang menggunakan fitur dalam *instagram* sebagai upaya dalam menunjukkan eksistensi diri sampai eksistensi sebuah produk atau hasil karya yang dibuat.

Perkembangan media sosial semakin hari semakin pesat terjadi, hal ini telah memebawa manusia pada titik dimana tidak bisa lepas dari penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Teknologi saat ini telah memberikan kemudahan bagi setiap manusia untuk tetap selalu terhubung kepada setiap orang di amanpun dan kapanpun berada. Kemudahan dalam berkomunikasi saat ini telah semakin terasa kental apalagi dikalangan remaja khususnya.

Dalam penggunaan media sosial, seseorang memiliki berbagai motivasi. Untuk sekedar berkomunikasi dengan orang lain, untuk mencari tahu perkembangan sesuatu, untuk berbagi informasi maupun untuk mejadikan media sebagai eksistensi suatu karya. Banyak orang yang memanfaatkan media sosial sebgai ajang untuk menunjukkan keberadaan dirinya kepada dunia luar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pemanfaatan fitur dalam media *instagram* ini bisa membuat gaya hidup *instagramable* yang bisa dijadikan sebagai pembuktian diri bahwa kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan seseorang dapat berguna dan mendapat nilai baik di mata orang lain. Media *instagram* disini juga dimanfaatkan sebagai media untuk eksistensi karya setiap personal dimana fitur yang tersedia dalam media *instagram* dimanfaatkan untuk membuat karya yang dimiliki setiap anggota komunitas menjadi lebih dikenal orang lain yang mengakses media *instagram* tersebut dengan cara melakukan postingan ke media sosial instagram untuk dilihat orang lain dan mendapat nilai baik. Informan Fredo yang memanfaatkan media *instagram* untuk memposting setiap karya *doodle* miliknya untuk bisa dilihat orang lain dan menjadi sebuah cara seseorang untuk menunjukkan kemampuan mereka dalam hal bekarya.

c. Referensi Berkarya

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang saat ini menyediakan suatu metode pembelajaran yang informasinya tidak hanya dalam bentuk tercetak tetapi juga dalam bentuk digital. Koleksi digital sangat memudahkan dalam pencarian sumber informasi yang dibutuhkan untuk mendukung pembelajaran bagi seseorang. Sejalan dengan perkembangan internet, telah banyak aktivitas yang dilakukan dengan memanfaatkan jaringan internet dalam berbagai macam bentuk seperti media *instagram* adalah salah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

satu penerapan internet sebagai sumber belajar dengan cakupan yang luas pada masyarakat.

Sumber referensi mengikuti perkembangan teknologi sehingga pada saat ini sumber referensi tersedia dalam bentuk digital. Bentuk digital tidak terlepas dari keberadaan jaringan internet yang mendukung keberadaan sumber referensi digital dan berdampak luar biasa dalam perkembangan informasi

Dalam hal ini sumber referensi adalah suatu rujukan yang dilakukan seseorang utnuk membantu dalam mendapatkan informasi. Referensi bisa diartkan sebagai acuan untuk lebih maju. Jika seseorang mengkonsumsi senuah media maka informasi yang disajikan media tersebut bisa dijadikan sebagai sumber referensi bagi orang yang mengkonsumsinya tersebut.

Sumber referensi dalam bentuk digital saat ini sangat beragam, salah satunya adalah media *instagram*. Dalam penggunaanya media *instagram* bisa diakses semua orang untuk dijadian media pembelajaran dimana seseorang inin belajar untuk dijadikan referensi, misalnya referensi dalam hal berkarya. Seseorang dapat dengan mudah menggunakan media *instagram* untuk melihat gambar atau *posting*an yang di buat oleh orang lain dan dengan mudah diakses untuk dilihat dan dijadikan sebagai bahan referensi.

Dalam penelitian ini media *instagram* dijadikan referensi seperti yang diungkapkan oleh beberapa informan yang mengaku dalam mengkonsusmi *instagram* untuk melihat dan mencotoh, bukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menjiplak karya hasil orang lain yang kemudian dijadikan sebgai referensi untuk menggambar lebih baik lagi tanpa menjiplak, hanya dengan menjadikannya sebagai media referensi dalam berkarya saja. Disini terlihat seseorang berhasil menirukan dan mengkonsumsi apa yang ada dalam media *instagram* dan memanfaatkannya dengan baik sebagai pengetahuan lebih dalam lagi untuk membuat karyanya lebih banyak referensi dari sebelumnya

d. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasikan oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia disekitarnya (pendapat).

Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya ada di dalam alam pikir pelanggan yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis konsumen.[1]

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota,

[1] Nugroho J. Setiadi. *Perilaku Konsumen*, (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 77-79

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.[2]

Gaya hidup hedonis ini seperti yang di ungkapkan informan Aizza dimana saat adanya kegiatan berkumpul dengan anggota komunitas yang lain atau *meet up,* komunitas Gresik *doodle art* memilih untuk berkumpul di tempat perkotaan dimana tempat tersebut di dalamnya terdapat *junk food* yang pastinya dengan harga yang tidak murah, dari situlah mau tidak mau seseorang harus mengeluarkan uang yang tidak sedikit.

Dari gaya hidup hedonis ini maka akan menimbulkan perilaku konsumtif misalnya dengan bergabungnya sesesorang ke dalam sebuah komunitas akan mempengaruhi satu sama lain seperti gaya hidup hedonis. Gaya hidup hedonis mencerminkan bagaimana individu atau personal dari komunitas berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup hedonis akan mempengaruhi gejala aspek perilaku konsumsi seseorang konsumen seperti berperilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan tindakan seorang membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal dimana seorang tersebut dalam membeli suatu barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan. [3] Perilaku konsumtif ini bisa membuat individu bersikap boros.

---

[2] Susanto, *Potret Potret Gaya Hidup Metropolis*. (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007), hlm. 5

[3] Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*), (Bandung: Alfabeta, 2002)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seperti yang dipaparkan informan Firda yang rela menyisihkan uang sakunya untuk membeli kebutuhan menggambar untuk menunjang hasil gambarnya supaya terlihat bagus. Ditambah dengan yang dikemukakan oleh Yayak yang mengatakan bahwa setiap hasil karya yang bagus harus rela untuk mengeluarkan uang membeli peralatan yang bagus juga.

Infoman Fredo juga menambahkan jika dia membeli peralatan yang bagus berdasarkan apa yang dilihatnya dari media instagram ketika melihat sebuiah video atau tutorial menggambar dari idolanya, dari situ bisa diketahui alat apa yang digunakan untuk menggambar sampai bisa terlihat bagus.

Padahal jika di fikirkan dengan logika, bagus tidaknya suatu karya tergantung dari bagaimana *skill* dari yang dimiliki setiap orang bukan dari alat atau media yang digunakan. Dari sisnilah bisa dilihat perilaku konsumtif dari setiap individu.

Ketika seseorang sudah memasuki gaya hidup hedonis, maka akan menyebabkan munculnya perilaku konsumtif bagi orang itu sendiri. Perilaku konsumtif yang dilakukan demi menunjang karya yang dihasilkan seperti lebih menambah utnuk membeli perlengkapan menggambar meskipun harganya tidak murah dan cukup menguras kantong. Hal tersebut dilakukan untuk membaut karya yang dihasilkan terlihat lebih bagus dengan peralatan yang bagus juga.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gaya hidup hedonis bisa dipengaruhi oleh beberapa hal dianataranya yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal).

1) Internal yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi dengan penjelasannya sebagai berikut :

   a) Sikap

      Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

      Sikap disini memepengaruhi gaya hidup remaja personal komunita Gresik *doodle art* misalnya lingkungan yang ada disekitar personal adalah seseorang yang mempunyai hobi dan *basic* yang sama dan berkumpul dalam suatu komunitas.

   b) Pengalaman dan Pengamatan

      Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Melalui pengalaman dalam suatu komunitas maka setiap personal akan memperoleh pandangan yang berbeda atu sama lain termasuk gaya hidupnya. Hasil pnegalaman bergabung dari komunitas Gresik *doodle art* akan mempengaruhi gaya hidup masing-masing remaja yang ada di dalamnya.

c) Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

Cara berperilaku dan kepribadian dari personal komunitas Gresik *doodle art* inilah yang membuat gaya hidup mereka tercermin.

d) Konsep diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.

Dalam konsep diri, bagaimana setiap individu yang tergabung alam komunitas Gresik *doodle art* menentukan perilakunya dalam menghadapi sesuatu yang ada dalam suatu komunitas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e) Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap *prestise* merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan *prestise* itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

Motif yang cukup besar terlihat dalam setiap individu yang ada pada komunitas Gresik *doodle art* dimana beberapa informan mengaku rela membeli alat gambar yang cukup mahal untuk menunjang kebutuhan karyanya.

f) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

2) Eksternal dijelaskan sebagai berikut:

a) Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

Kelompok adalah suatu organisasi dalam penelitian ini adalah komunitas Gresik *doodle art*. Secara langsung maka dengan bergabungnya individu ke dalam komunitasakan mendapatkan pengaruh perilaku dan gaya hidup kepada individu tersebut.

b) Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

Selain dengan bergabungnya individu kedalam sebuah komunitas, keluarga juga memegang perana yang penting dalam bagaiamana gaya hidup yang ada pada individu tersebut.

c) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.[4]

B. Konfirmasi Temuan dengan Teori

Dari temuan penelitian diatas ada keterkaitan dengan teori cultural industry dalam teori kritis milik Ardono dan Horkheimer pada konsumsi *instagram* dan

[4] Kotler, P., & Amstrong, G, *Principles of Marketing.14th edition*. (Pearson Prentice Hall, : New Jersey, 2012), hlm. 48

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

gaya hidup personal yang tergabung pada komunitas Gresik *doodle art*. Dalam teori ini Ardono dan Horkheimer mengkritisi perubahan yang terjadi, salah satunya atas pengaruh media.

Ardono dan Horkheimer merupakan orang yang mengkritisi bahwa media menciptakan standarisasi bagi penikmatnya hingga mampu menciptakan kenyataan yang mempengaruhi kehidupan nyata itu sendiri. Teori budaya industri atau yang biasa dikenal dengan *culture industry* juga menyebutkan bahwa sesuatu yang sifatnya masif dapat mempengaruhi hal- hal kecil lain, dalam hal ini bisa saja dominasi yang besar akan mempengaruhi individu-individu.

Penelitian ini menggunakan *instagram* sebagai media yang memberikan pengaruh, di luar televisi, radio, dan media konvensional lain. Berdasarkan teori yang digunakan pada penelitian yang tepat dan sesuai dengan analisis tersebut, berikut hasil penemuan yang sudah terpetakan dan relevansinya pada teori:

1. Sebagai Sumber Informasi

   Media *instagram* sebagai sebuah jejaring sosial yang mampu dijangkau banyak khalayak menjadi pilihan peneliti karena merupakan media yang sering dikonsumsi remaja. Dalam penelitian ini *instagram* menjadi konsumsi personal yang tergabung pada komunitas Gresik *doodle art*. *Instagram* menjadi sumber informasi masing-masing individu komunitas sebagai tempat menemukan tempat untuk berkarya dan bertukar informasi, baik saat sebelum tergabung maupun sesudah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Referensi Berkarya

Selain itu, media *instagram* menjadi sumber referensi dan acuan anggota yang tergabung dalam komunitas ini. Mereka menemukan *role model* sebagai sumber inspirasi melalui *instagram* kemudian mengikuti gaya menggambar mereka.

3. Fitur Media Instagram sebagai Media Hiburan dan Eksistensi Karya

Kemudian, *instagram* juga sebagai konsumsi hiburan bagi personal di Gresik *doodle art*, mereka menggunakan instagram sebagai alternatif hiburan untuk sekedar melihat video-video lucu dan lain sebagainya. Anggota komunitas Gresik *doodle art* menggunakan media instagram sebagai bentuk eksistensi diri, mereka saling mem*posting* karya mereka, memposting kegiatan mereka yang berkaitan dengan *doodle*. Hal ini mejadikan anggota komunitas memiliki gaya hidup produktif dalam hal berkarya. Di luar itu mereka menjadi pribadi yang konsumtif karena selain *skill*, anggota komunitas paling tidak memiliki alat untuk menunjang. Namun, karena konsumsi media yang menampilkan tutorial dengan alat *merk-merk* tertentu menyebabkan beberapa anggota komunitas ingin menggunakan alat yang sama meskipun untuk membuat sebuah karya tidak harus dengan alat atau merk tersebut.

4. Gaya Hidup Hedonis

Berdasarkan hal tersebut konsumsi media *instagram* memiliki intensitas yang cukup besar pada personal di komunitas Gresik *doodle art. Instagram* menjadi media yang sering digunakan oleh remaja

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

termasuk anggota komunitas. Bahkan, *instragram* mampu mengubah gaya hidup mereka menjadi konsumtif. Perubahan gaya hidup ini dipengaruhi oleh paparan infromasi media yang tidak jauh berkaitan dengan kegiatan komunitas. Anggota komunitas yang menggemari seni *doodle* akan mencari referensi, tidak hanya dalam berkarya namun juga dalam pemilihan alat untuk berkarya. Suguhan media membuat anggota komunitas selalu memiliki keinginan untuk serupa dengan apa yang ditampilkan media, dan memikirkan apa yang dilihat orang.

Berdasarkan kajian teori terdapat relevansi hasil temuan dengan teori yang relevan Berdasarkan kajian teori kritis terutama teori *culture industry* terpaan media membuat beberapa orang memiliki kebutuhan palsu. Hal ini disebabkan oleh terpaan media yang mempengaruhi orang yang mengkonsumsinya. Dalam hal ini anggota komunitas Gresik *doodle art* merupakan konsumen media *instagram* terutama hal yang berkaitan dengan karyanya. Media *instagram* dikonsumsi untuk berbagai macam kebutuhan mulai dari kebutuhan informasi, media hiburan, sampai dengan eksistensi suatu karya dan gaya hidup yang menjadikan perilkau menjadi konsumtif. Kebutuhan informasi seperti dengan menggunakan fitur yang ada dala, media instagram bisa membuat seseorang mengetahui adanya komunitas *Gresik doodle art.*

Media *instagram* juga memunculkan kebutuhan-kebutuhan palsu yan membuat seseorang ingin mencoba untuk terus mengkonsumsinya demi sebuah kebutuhan dan memperoleh kepuasan tersendiri. Dari apa yang ditampilkan leh media *instagram* akan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membuat seseorang untuk meniru apa yang ada dalam tayangan tersebut dalam penelitian ini adalah timbulnya gaya hidup perilaku konsumtif untuk membeli bebagai macam kebutuhan menggambar untuk menciptakan seni *doodle* yang emarik dan bagus ketika orang lain menikmatinya.

Padahal jika di telaah dengan saksama, sebesar apapun pengeluaran yang dikeluarkan untuk membeli sebuah kebutuhan jika *skill* yang ada di dalam diri individu tersebut tidak sampai maka akan terbuang percuma dengan membeli alat yang sama dipakai dengan seseorang yang menjadi acuan berkarya di tampilan media *instagram* tersebut. Jadi, kebutuhan palsu semacam itulah yang ditampilkan dalam media *instagram* yang membuat individu dalam mengkonsumsi menjadi bersifat hedonis dan berperilaku konsumtif.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai "Media *Instagram* dan Gaya Hidup Remaja Anggota Komunitas Gre*sik Doodle Art*" dapat dirumuskan beberapa kesimpulan tentang penerimaan informan melalui beberapa poin, antara lain sebgai berikut:

1. Media *instagram* dikonsumsi remaja anggota komunuitas Gresik *doodle art* terutama bagi *instagramholic* yang selalau menggunakan media *instagram* dalam kehidupannya bisa untuk mendapatkan atau memperoleh berbagai informasi, fitur yang disajikan dalam media *instagram* dijadikan sebagai media hiburan dan eksisitensi dalam berkarya, dari media *instagram* akan menampilkan berbagai macam tayangan yang dikonsumsi remaja komunitas Gresik *doodle art* sebagai referensi acuan dalam berkarya.
2. Gaya hidup personal yang tergabung pada komunitas Gresik *doodle art* ini mengalami gaya hidup yang hedonis dan berperilaku konsumtif karena media dan lingkungan yang menyebabkan setiap personil komunitas Gresik *doodle art* menyesuaikan dirinya dengan anggota lain menyebabkan perilaku konsumtif dengan melihat alat yang digunakan orang lain dilingkukannya dan efek media yang menampilkan berbagai macam alat yang digunakan sehingga membuat setiap personil harus mempunayai kebutuhan yang sama dalam menunjang hasil karyanya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

B. Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan yang sudah dijabarkan diatas, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat, baik secara paraktis maupun secara teoritis. Peneliti masih sangat jauh dari kata sempurna, akan tetapi berdasarkan penelitian ini, maka peneliti memeberikan rekomendasi yang diharapkan bisa dijadikan sebgaai bahan masukan pertimbangan senagai berikut:

1. Bagi komunitas, diharapkan untuk lebih mengoptimalkan penggunakan media *instagram*, seperti menggunaknnya dngan bijak dan baik. Sekaligus memperkenalkan seni-seni *doodle* terutama di Kota Gresik yang bisa dikenal oleh khalayak luas
2. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan, acuan dan pengetahuan bagi khalayak dalam mermedia sosial *instagram*, sehingga di masa mendatang masyarakat dapat turut serta mengawasi isi media dan lebih kritis terhadap *postingan* yang ada di media sosial.
3. Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian, peneliti menyarankan kepada seluruh mahasiswa untuk lebih kreatif lagi dalam pemilihan judul penelitian, jadi mahasiswa dapat melakukan penelitian dengan memilih tema-tema yang bervariasi baik itu berfokus pada *public relations, broadcasting, advertising,* dan temuan dari penelitian ini dapat dijadikan sebgai acuan untuk penelitian selanjutnya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Ali, Mohammad Ali dan Mohammad Asrori. 2012. *Psikologi Remaja Perkembangan peserta Didik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara

Arfiani, Heidy. 2013. Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP UPN Jawa Timur, *Budaya Global dalam Industri Budaya: Tinjauan Madzhab Frankfrut Terhadap Iklan, Pop Culture, dan Industri Hiburan*, Jurnal *Global and Policy* Vol.1, No.2

Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel.* Jakarta: Media Kita

Bahtiar, Wahdi. 2001. *Metode Penelitian Imu Dakwah*. Jakarta: Logos

Berkowski, George. 2016. *How to Build a Billion Dollar App: Temukan Rahasia dari Pengusaha Aplikasi Plaing Sukses di Dunia*. Tangerang: Gemilang

C.P Chaplin. 1993. *Kamus Lengkap Psikologi*. Terj. Kartini Kartono. Jakarta: PT Raja Gravindo Persada

Cohen, Bruce J. 1992. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Engel, James F. Engel, et. al. 1994. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara Jilid 1

Enterprise, Jubilee. 2013. *100 Aplikasi Android Paling Dahsyat*. Jakarta: Elex Media Komputindo

Fikri, Abdul. 2015. *Tinjauan Buku Kritik Terhadap Modernitas – Dialectic Of Enlightenment*. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia

Ghazali, Miliza. 2016. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan* I*nstagram*. Malaysia: Publishing House

Gunarsa, NY. D Singgih. Gunarsa Singgih. 1981. *Psikologi Remaja.* Jakarta: BPK Gunung Agung

Hadi, Sutrisno. 1990. *Metodologi Research II*. Yogyakarta: Andi Offset

Hafied Cangara, Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada

Hurlock, Elisabeth. 1980. *Psikologi Perkembangan, Suatu Pendekatan Sepanjang rentang Kehidupan,*(alih bahasa, Istiwidayanti, Soerjarwo). Jakarta: Erlangga

Juwita, Tesi Puri. 2013. *Evektivitas Doodling untuk Meningkatkan Kemampuan Pramenulis bagi Anak Tunagrahita Ringan di SLBN 2 Padang Sarai*, e-journal vol.1 no. 1

Kriyantono, Rahmat. 2009. *Tehnik Praktis Riset Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra,2009

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Landsverk, Kjell Halvor Landsverk. 2014. *The Instagram Handbook: 2014 Edition.* United Kingdom: Primehead Limmitied

Mariana, Gita. 2017. *Cara Mudah Menggambar Doodle Menggunakan Pensil*. Jakarta Selatan: TransMedia Pustaka

McQuail, Denis. 1991. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Erlangga

Moleong, J Lexy. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Nasrullah, Rulli. 2012. *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana

Ningsih, Ekawati Rahayu. 2010. *Perilaku Konsumen: Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran.* Kudus: Nora Media Enterprise, Cet. 1

Nisrina, M. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis

P, Kotler, Amstrong, G. 2012. *Principles of Marketing.14th edition*. Pearson Prentice Hall: New Jersey

Ruslan, Rosady Ruslan. 2006. *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*. PT. Rajagrafindo Persada

Sihabudin, Ahmad Sihabudin. 2011. *Komunikasi Antar Budaya* . Jakarta: PT. Bumi Aksara

Situmorang, James R. 2012. "*Pemanfaatan Internet Sebagai New Media dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan, dan Sosial Budaya".* Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 8 No. 1

Soeharto, Irawan. 2001. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Sudarto. 1995. *Metodologi Penelitian Filsafat*. Jakarta: Raja GrafindoPersada

Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan (Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*). Bandung: Alfabeta

Susanto. 2007. *Potret Potret Gaya Hidup Metropolis*. Jakarta: Elex Media Komputindo,

Weedon, Chris. 2004. Weedon, *Identity and Culture*. UK: Mc-Graw Hill *Education*

Sumber Lain

http://gresikkab.go.id/profil/geografi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id