

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Konteks Penelitian**

Jiwa yang sehat terdapat dalam tubuh yang sehat, adalah arti dari sebuah kalimat dalam bahasa latin yaitu *Mens sana in corpore sano*. Maksudnya jika jiwa seseorang sehat, maka tubuhnya akan sehat juga. Begitu pula sebaliknya, dalam tubuh yang sehat akan terdapat jiwa yang sehat. Sehingga untuk membangun bangsa maju dengan jiwa yang sehat diperlukan penduduk yang memiliki kesehatan yang baik. Namun saat ini kesehatan masih belum menjadi prioritas utama bagi sebagian besar penduduk di Indonesia. Faktanya banyak penyakit yang dialami oleh masyarakat bukan disebabkan oleh virus maupun bakteri, melainkan lebih disebabkan oleh kebiasaan dan gaya hidup yang tidak sehat.

Besarnya pertumbuhan penduduk dan modernisasi membuat lingkungan tidak lagi bersahabat bagi seseorang untuk hidup dengan sehat. Dimulai dari besarnya pertumbuhan kendaraan bermotor yang secara tidak langsung mempengaruhi udara yang dihirup, disamping itu dicepatnya pertumbuhan ekonomi yang ditandakan dengan banyaknya berdiri pabrik-pabrik baru juga menambah tingginya polusi udara. Dari sisi gaya hidup, sepertinya sudah sulit menemukan lingkungan yang steril dari asap rokok, mengingat merokok sudah

menjadi gaya hidup *lumrah* masyarakat di Indonesia, baik itu lingkungan perkotaan maupun pedesaan.

Gaya hidup yang tidak sehat, cukup menjadi perhatian disebagian besar kalangan remaja di Indonesia. Kurangnya perhatian dalam menjaga pola hidup sehat, mengakibatkan timbulnya berbagai macam penyakit yang kerap muncul seperti serangan jantung, kanker dan juga penyakit paru-paru sudah menjadi ancaman tidak hanya pada kalangan dewasa tetapi juga menjadi ancaman bagi kalangan remaja. Berbagai upaya sudah dilakukan pemerintah agar penikmat rokok menurun populasinya, akan tetapi yang terjadi saat ini justru perokok terus bertambah jumlahnya. Bahkan klasifikasi perokok saat ini tidak memandang jenis kelamin maupun usia. Kebijakan-kebijakan pemerintah tentang sosialisasi larangan merokok dipublikasikan diberbagai tempat umum seperti rumah sakit, perkantoran, lingkungan sekolah, serta tempat umum lainnya terus diupayakan bahkan dikemasan rokok pun terdapat gambar PHW (*Picture Health Warning*) dengan tulisan merokok membunuhmu. Melalui Peraturan Pemerintah RI Nomor 81 Tahun 1999 tentang “Pengamanan Rokok Bagi Kesehatan” yang dikeluarkan resmi oleh Presiden, Pemerintah semakin menunjukkan sikap tegas akan fenomena ini. Seiring dengan dikeluarkanya Peraturan pemerintah mengenai larangan merokok, tetapi hingga saat ini masih sangat sering dijumpai remaja-remaja yang menggunakan seragam sekolah bebas merokok di tempat umum. Lingkungan sosial disekitarnya seakan sudah memaklumi akan hal ini.

Gaya hidup remaja saat ini, merokok merupakan suatu pemandangan yang sangat tidak asing. Kebiasaan merokok dianggap dapat memberikan kenikmatan

bagi perokok, namun dilain pihak dapat menimbulkan dampak buruk bagi lingkungan disekitarnya yaitu bagi perokok pasif. Berbagai kandungan zat yang terdapat dalam rokok memberikan dampak negatif pada tubuh penghisapnya. Sekarang ini kegiatan merokok juga banyak dilakukan oleh remaja yang biasanya dilakukan didepan orang lain, terutama dilakukan didepan kelompoknya karena mereka sangat tertarik kepada kelompok sebayanya atau dengan kata lain terikat dengan kelompoknya. Hal ini sebenarnya telah diketahui oleh remaja khususnya dan umumnya masyarakat dunia, bahwa merokok itu mengganggu kesehatan. Akan tetapi ketergantungan dan sensasi merokok masih dipandang sebagai sesuatu hal yang penting. Masalah rokok pada hakekatnya sudah menjadi masalah nasional, bahkan internasional.

Risiko merokok tidak hanya mengenai perokok aktif saja, tetapi juga orang lain di sekitar perokok, yaitu orang yang tidak merokok tetapi harus menghirup asap rokok atau yang berada disekitar perokok dan disebut juga perokok pasif. Dengan kesehatan yang terganggu berbagai risiko penyakit tentu saja dapat mempengaruhi produktivitas seseorang dalam beraktivitas. Hal ini belum termasuk kerugian dari sisi ekonomi. Banyak kasus terjadi ketika seorang perokok remaja dengan bekal uang dari orang tua sangat rendah lebih rela menyisihkan bekal uang yang dia terima untuk membeli rokok dari pada menabung demi perbaikan ekonomi maupun kebutuhan lainnya.

Masyarakat sendiri dirasa belum memiliki kesadaran yang tinggi terhadap bahaya dan risiko dari merokok. Kepedulian terhadap mengedukasi, menegur, maupun melarang merokok di lingkungan sekitar masih diabaikan. Padahal

sebagai masyarakat yang memiliki hak yang sama setiap warga negara berhak menghirup udara yang bersih dari asap rokok. Perilaku merokok di tempat umum seperti pasar, trotoar, bahkan kendaraan umum terlihat seperti diabaikan oleh orang-orang sekitar yang tidak merokok. Ironis memang, dimana suatu tatanan sosial yang sudah berkembang pesat dan didukung oleh teknologi informasi yang memadai seperti sekarang, kepedulian masyarakat terhadap bahaya rokok masih sangat rendah.

Peran orang tua sebagai keluarga, sangat diperlukan untuk mencegah munculnya perokok pemula khususnya dikalangan pelajar usia dini dan remaja. Peran masyarakat juga diharapkan dapat merubah keadaan adalah peran sebagai pengawas dan penjaga lingkungan sekitar, dalam arti setiap orang dalam lingkungan sosial diharapkan dapat mensterilkan lingkungan umum dari asap rokok. Jika hal tersebut dapat dilakukan maka proses penularan candu rokok, konsumsi rokok, dan gaya hidup merokok dapat dikurangi. Selama masyarakat tidak ikut berpartisipasi dalam menanggulangi masalah rokok ini, perokok remaja di Indonesia akan sangat sulit untuk berkurang.

Iklm tropis yang dimiliki Indonesia serta lahan subur di berbagai daerah, membuat tananam tembakau sebagai bahan utama rokok memiliki kualitas yang baik. Hal tersebut mendorong banyak perusahaan rokok baik nasional maupun internasional berlomba-lomba meraup keuntungan dengan mendirikan pabrik produksi rokok di Indonesia, terbukti dengan 5 orang terkaya versi majalah Forbes tahun 2016, dimana salah satunya adalah pemilik pabrik rokok Djarum. Banyaknya perusahaan rokok dari skala rumahan hingga skala internasional di

Indonesia membuat pasar nasional menjadi makanan empuk para pelaku industri rokok. Memang, disatu sisi negara diuntungkan dengan pendapatan yang didapat baik dari bea cukai, pajak penjualan, maupun lahan tenaga kerja yang besar di daerah produksi rokok. Namun pendapatan yang diterima negara banyak dinilai tidak sebanding dengan kerugian negara ketika sebagian besar penduduk dengan usia produktifnya menjadi sakit karena mengkonsumsi rokok.

Dalam hal ini aspek penting untuk permasalahan masalah rokok di Indonesia salah satunya adalah media, baik itu media cetak maupun media elektronik. Diketahui bersama bahwa kekuatan media khususnya media televisi sangat besar pengaruhnya dalam membentuk gaya hidup remaja saat ini. Sebagai contoh sebuah tayangan acara televisi yang menggambarkan remaja merokok sebagai pergaulan remaja yang tidak baik, walaupun gambarnya diblur secara tidak langsung hal tersebut mempengaruhi minat penonton khususnya kepada penonton remaja mencoba untuk merokok dalam pergaulan mereka. Sebaiknya tayangan di televisi menampilkan film atau sinetron yang mengedukasi dan memberikan inspirasi positif bagi para penonton khususnya penonton remaja.

Media memiliki kekuatan untuk merubah pola pikir masyarakat, dalam hal ini tentang kepedulian dan kesadaran masyarakat terhadap bahaya rokok. Iklan layanan masyarakat tentang bahaya merokok terkadang tampak di layar kaca televisi atau di koran tanpa menayangkan bintang iklan menghisap rokok. Namun, perbandingannya dengan iklan yang justru secara eksplisit merangsang penonton untuk merokok dirasa masih tidak seimbang. Memang, iklan rokok baru ditayangkan diatas jam 10 malam, namun frekuensi munculnya iklan rokok

dimalam hari sangat sering dan hampir ada di semua stasiun televisi, dan sebagai catatan jam 10 malam adalah waktu dimana biasanya orang lebih banyak menyaksikan televisi.

Kembali lagi ke masalah rokok di Indonesia, Peneliti Lembaga Demografi Universitas Indonesia (LDUI) sempat melakukan riset dan mencatat ada sebanyak 60 juta penduduk Indonesia menjadi perokok aktif dan 97 juta lainnya merupakan perokok pasif. Dengan jumlah tersebut, Indonesia menempati urutan kelima sebagai negara yang memiliki angka perokok tertinggi di dunia. Dari angka tersebut, sebanyak 67 persennya adalah pecandu rokok berkelamin pria dan fakta yang lebih mengejutkannya tercatat lebih dari 4 juta perokok Indonesia masih berusia 10 - 14 tahun atau merupakan usia sekolah menengah pertama. Gaya hidup merokok yang memprihatinkan ini sudah dimulai sejak usia yang sangat dini. ([www.tempo.net](http://www.tempo.net))

Besarnya perokok usia dini di Indonesia diakui sendiri oleh Direktur Jenderal Pengendalian Penyakit dan Penyehatan Lingkungan Kemenkes RI, Prof. dr. Tjandra Yoga Aditama SpP(k), MARS, DTM&H DTCE. Beliau menyampaikan bahwa seperti di kutip dari *email* kepada pusat komunikasi publik, lebih dari sepertiga pelajar dilaporkan biasa merokok, dan ada 3 diantara pelajar menyatakan pertama kali merokok pada umur dibawah 10 tahun (The Global Youth Tobacco Survey, 2006). Dipaparkan pula, data The Global Youth Tobacco Survey (2006) Di Indonesia 64,2 persen adalah anak-anak sekolah yang disurvei melaporkan terpapar asap rokok selama mereka di rumah atau menjadi perokok pasif. Sedikitnya 43 juta anak Indonesia harus menghisap asap rokok di

rumah. Dilaporkan pula 89 persen anak-anak usia 13-15 tahun terpapar perokok pasif di tempat-tempat umum. Dan prihatinnya, anak-anak yang menjadi perokok pasif tersebut mengalami penurunan paru, mudah terinfeksi saluran pernafasan dan telinga, asma dan penyakit lainnya. ([www.depkes.go.id](http://www.depkes.go.id))

Luar biasanya, bukan di kota besar saja gaya hidup perokok usia dini ini terjadi, hampir di setiap daerah baik itu kota besar, kota kecil, hingga pedesaan gaya hidup perokok ini turut terjadi, termasuk salah satunya di Cianjur tempat objek penelitian. Berdasarkan pengamatan lapangan yang dilakukan peneliti, jumlah anak-anak yang masih sekolah di sekolah menengah pertama cukuplah tinggi. Hal ini sangat mudah di saksikan, di tempat-tempat umum seperti warung, warnet, bahkan pinggir jalan. Tidak ada rasa kepedulian masyarakat sekitar yang menyaksikan perilaku menyimpang yang tidak sepatutnya dilakukan anak-anak SMP X ini. Tidak ada juga kepedulian penjual warung sebagai distributor rokok kepada mereka. Pendekatan yang dilakukan sekolah dengan memberikan sanksi kepada murid-muridnya kedatangan merokok sepertinya tidak memberikan efek takut kepada anak-anak ini. Edukasi yang diberikan mengenai bahaya dan risiko merokok juga sepertinya sudah terabaikan dengan gaya hidup anak-anak disini dengan menganggap “jagoan” untuk remaja yang mengkonsumsi rokok, sedangkan untuk pria dewasa, merokok dianggap lambang kejantanan.

Cianjur yang merupakan objek penelitian tentang gaya hidup remaja merokok sudah semakin memprihatinkan. Berdasarkan pengalaman dan pengamatan yang dilakukan peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung, hampir setiap sekolah menengah pertama dan sekolah menengah atas memiliki

tempat berkumpul para remaja sekolah untuk merokok, seperti warung, kios, kantin atau di pelataran parkir motor. Memang, tempat-tempat tersebut jauh dari sekolah namun tetap saja sangat mudah ditemui.

Kebiasaan merokok remaja di Cianjur dipicu oleh pergaulan yang sangat bebas kurang dari pengawasan guru dan orang tua. Dorongan dari lingkungan yang sangat tinggi terhadap sesuatu hal yang tergolong negatif dalam hal ini rokok, mengakibatkan populasi perokok remaja kian bertambah. Dari mulai mencoba rokok gratis dari temannya hingga menjadikan remaja perokok aktif membeli sendiri ke warung. Hal tersebut bagi sebagian orang masih dianggap sebagai gaya hidup remaja yang *lumrah* dan dianggap tidak terlalu membahayakan bagi kesehatan oleh para orang tuanya, melainkan lebih kepada materi yang dikeluarkan untuk membeli rokok tersebut.

Peran serta masyarakat terhadap kebiasaan atau perilaku remaja merokok di SMP X Cianjur memang masih tergolong tidak tegas. Penyedia rokok seperti warung dan kios dekat sekolah seakan tidak menyeleksi pembeli rokok yang datang ke warnung nya. Baik remaja maupun dewasa, semua dibebaskan untuk membeli rokok bahkan di beberapa warung tongkrongan sekolah beberapa warung memfasilitasi tempat dan juga melindungi remaja merokok dari pengawasan guru maupun orang tua. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti merasa fenomena gaya hidup remaja merokok perlu untuk dikaji dan diteliti lebih jauh lagi.



### **1.1.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian, maka fokus penelitian adalah: **“Bagaimana Gaya Hidup Remaja Merokok?”** (Studi Fenomenologi pada Siswa Sekolah Menengah Pertama X di Cianjur).

### **1.1.2 Pertanyaan penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pemaknaan remaja tentang rokok sebelum menjadi perokok ?
2. Bagaimana pemaknaan remaja tentang bahaya merokok ketika mengkonsumsi rokok ?
3. Bagaimana pemaknaan remaja setelah menjadi pecandu rokok ?

### **1.1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian**

#### **1.1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk menjawab fokus penelitian yaitu untuk mengetahui gaya hidup remaja merokok (Studi Fenomenologi pada Siswa Sekolah Menengah Pertama X di Kota Cianjur)

### **1.1.3.2 Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemahaman remaja tentang rokok ketika sebelum menjadi perokok.
2. Untuk mengetahui pemaknaan remaja tentang bahaya merokok ketika mengkonsumsi rokok.
3. Untuk mengetahui pemaknaan remaja setelah menjadi pecandu rokok.

### **1.1.4 Jenis Studi**

Berdasarkan sifat dasar penelitian kualitatif yang relevan menggambarkan posisi metodologis fenomenologis dan membedakannya dari penelitian kuantitatif Kuswarno (2009 : 36-37) mengemukakan sebagai berikut:

1. Menggali nilai-nilai dalam pengalaman dan kehidupan manusia
2. Fokus penelitian adalah keseluruhannya, bukan pada per bagian yang membentuk keseluruhan itu.
3. Tujuan penelitian adalah menentukan makna dan hakikat dari pengalaman, bukan sekedar mencari penjelasan atau ukuran-ukuran dari realitas.
4. Memperoleh gambaran kehidupan dari sudut pandang orang pertama melalui wawancara formal dan informal.
5. Data yang diperoleh adalah dasar bagi pengetahuan ilmiah untuk memahami perilaku manusia.

6. Pertanyaan dibuat merefleksikan kepentingan, keterlibatan dan komitmen pribadi dari peneliti.
7. Melihat pengalaman dan perilaku sebagai satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, baik itu kesatuan antara subjek dan objek, maupun antara bagian dan keseluruhannya.

### **1.1.5 Manfaat Penelitian**

#### **1.1.5.1 Manfaat Filosofis**

Manfaat penelitian secara filosofis yaitu tentang bahaya merokok untuk kesehatan remaja dan bagi perokok pasif yang ada disekitar remaja perokok aktif. Serta kerugian negara dari setiap rokok yang dikonsumsi oleh generasi muda.

#### **1.1.5.2 Manfaat Akademis**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna dan dapat juga digunakan sebagai bahan literatur untuk Ilmu Komunikasi terutama yang berkaitan dengan pola hidup sehat ditengah lingkungan masyarakat khususnya remaja melalui pendekatan komunikasi budaya, teori fenomenologi, teori interaksi simbolik, dan teori konstruksi realitas secara social.

### **1.1.5.3 Manfaat Praktis**

Manfaat dari penelitian ini secara praktis dapat memberikan informasi mengenai perilaku gaya hidup remaja merokok, dan bahaya merokok serta dapat memberikan pengetahuan untuk dapat menjadi bahan rekomendasi bagi mahasiswa-mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan judul atau topik yang sama.

## **1.2 Kajian Literatur**

### **1.2.1 Review Matriks Hasil Penelitian Terdahulu**

Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif. Dimana peneliti sangat tertarik pada studi fenomenologi mengenai gaya hidup remaja merokok. Penulis berusaha menelusuri beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya yang dianggap berkaitan dengan penelitian yang penulis lakukan :

**Tabel 1.1 Matriks Penelitian Terdahulu**

<b>No.</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Sumber</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1	Dwi Setyanto (2013) Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret Surakarta	Perilaku Merokok di Kalangan Pelajar (Studi Kasus Tentang Faktor dan Dampak dari Perilaku Merokok pada Kalangan Pelajar SMA Negeri 2 Karanganyar	Kualitatif	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mendorong pelajar di SMA Negeri 2 Karanganyar memiliki perilaku merokok berawal dari coba-coba dan menunjukkan jatidiri itulah, maka lama kelamaan menjadi sebuah kebutuhan yang dianggap dapat memberikan kenikmatan bagi perokok, tanpa menghiraukan dampak bagi diri dan lingkungannya.
2	Lidya Luciana Tiwa (2010) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Telkom Bandung	Perempuan Perokok Memaknai Gambar Peringatan Bahaya Merokok (Studi Fenomenologi Pengalaman Mahasiswa Perokok Terhadap Gambar Peringatan pada Kemasan Rokok)	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif mahasiswi merokok adalah karena adanya rasa penasaran dari tawaran teman ( <i>because of motives</i> ) dan kemudian para informan merokok karena untuk kepuasan diri dan memberikan rasa tenang ( <i>in order motives</i> ).

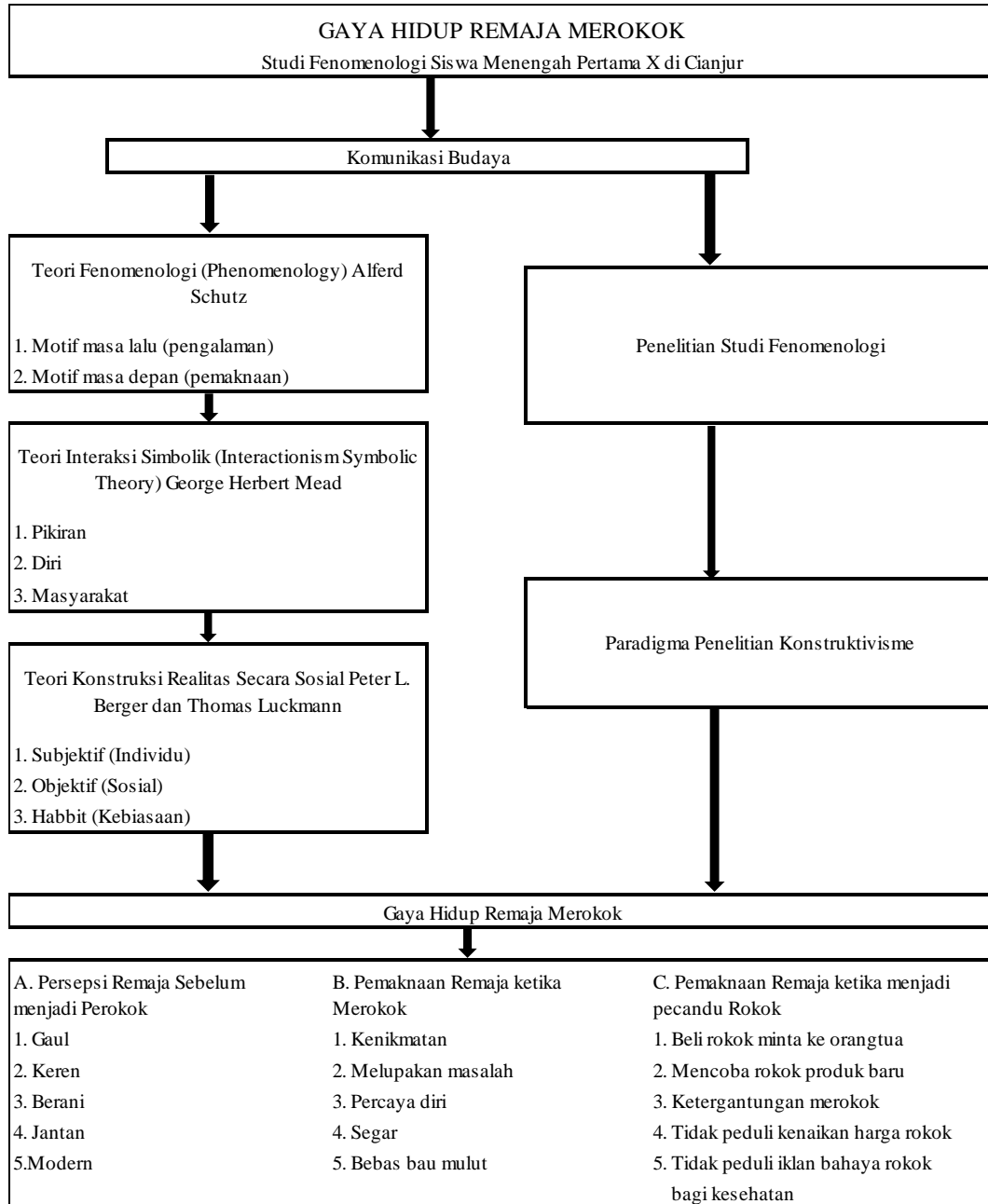
3	Nurjaman NI'mah (2011) Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang	Perilaku Merokok Mahasiswi UNNES	Kualitatif	Faktor yang melatarbelakangi mahasiswi UNNES merokok diantaranya yaitu mahasiswa UNNES yang jauh dari keluarga menjadikan <i>peer group</i> -nya memiliki kebiasaan merokok hal tersebut mendorong mahasiswi UNNES untuk memiliki kebiasaan merokok. Kemudian persepsi uang di berikan masyarakat Sekaren pada mahasiswi UNNES perokok relative beragam, namun umumnya masyarakat Seraken berpersepsi bahwa mahasiswi UNNES perokok adalah individu yang nakal dan suka pada kehidupan bebas.
4	Rima Imanda Trisnaniar (2015) Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta	Intensi Merokok pada Remaja	Kualitatif	Hasil penelitian menunjukan bahwa remaja merokok disebabkan karena remaja ingin diperhatikan oleh lingkungan sosialnya, ingin mendapatkan pengakuan dari teman sebayanya sehingga mendapat banyak teman.
5	Sih Martini (2014) Fakultas Psikologi Universitas Airlangga	Makna Merokok pada Remaja Putri Merokok	Kualitatif	Menunjukan bahwa pada umumnya perilaku merokok pada remaja putri dipengaruhi oleh orang-orang di sekitarnya yang merokok, seperti anggota

				keluarga dan teman sebayanya. Perilaku merokok adalah perilaku yang dipelajari, kemudian dimaknai secara individual oleh remaja putri sesuai dengan interpretasi masing-masing.
--	--	--	--	---

### 1.2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir penelitian adalah bagan dari suatu alur pemikiran seseorang terhadap apa yang sedang dipahaminya untuk dijadikan sebagai acuan dalam memecahkan suatu permasalahan yang sedang diteliti secara logis dan sistematis. Setiap bagan atau kerangka berfikir yang dibuat harus mempunyai kedudukan atau tingkatan yang dilandasi dengan teori-teori yang relevan agar permasalahan dalam penelitian tersebut dapat terpecahkan. Berikut gambar kerangka penelitian :

**Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran**





### 1.2.3 Landasan Teoritis

#### 1.2.3.1 Teori Fenomenologi Alferd Schutz

Fenomenologi Menurut Engkus Kuswarno bahwa fenomenologi berasal dari bahasa Yunani *phainomai* yang berarti “menampak”. *Phanomenon* merujuk pada “yang menampak”. Fenomena tiada lain adalah fakta yang disadari, dan masuk ke dalam pemahaman manusia. Jadi suatu objek itu ada dalam relasi dengan kesadaran. Fenomena bukanlah dirinya seperti tampak secara kasat mata, melainkan justru ada di depan kesadaran, dan disajikan dengan kesadaran pula. Berkaitan dengan hal ini maka fenomenologi merefleksikan pengalaman langsung manusia, sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek. (Kuswarno, 2009: 1)

Salah satu tokoh fenomenologi yang berhasil menjabarkan inti fenomenologi kedalam tindakan sosial adalah Alferd Schutz. Schutz, sebagai orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial mengatakan, baginya tugas fenomenologi adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari, dan dari kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran. (Engkus Kuswarno. 2009 : 17).

Fenomenologi sosial yang dikemukakan oleh Alfred Schutz mengatakan bahwa keseharian Muhammad Aprian kehidupan dunia ini dapat dipahami dalam term-term yang kemudian disebutnya sebagai pelambangan/penipean (*typification*) yang digunakan untuk mengorganisasikan dunia sosial. Manusia mengkonstruksi makna di luar arus utama pengalaman melalui proses “tipikasi”.

Typications ini adalah konstruk interpretasi yang berubah-ubah berdasarkan latar belakang kehidupan seseorang, kelompok budayanya, dan konteks sosial tertentu. Schutz melihat penipean ini seperti diorganisasikan ke dalam sebuah ketersediaan pengetahuan yang luar biasa kompleks dan dia percaya bahwa penggambaran dari pemahaman dari ketersediaan pengetahuan adalah tugas utama penelitian sosial.

Inti pemikiran Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman aktual kita, dan pemberian Muhammad Aprian makna terhadapnya, sehingga ter-refleksi dalam tingkah laku (Kuswarno, 2009: 17-18).”

Menyangkut motif, Schutz dalam buku karangan Engkus Kuswarno (2009: 111) yang berjudul “Fenomenologi”, membaginya menjadi dua, yaitu :

- a. Motif untuk (*in order to motives*), artinya bahwa sesuatu merupakan tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat, dan sebagainya yang berorientasi pada masa depan.
- b. Motif karena (*because motives*), artinya sesuatu merujuk pada pengalaman masa lalu individu, karena itu berorientasi pada masa lalu

### 1.2.3.2 Teori Interaksi Simbolik George Herbert Mead

Prespektif interaksi simbolik mengandung dasar pemikiran yang sama dengan teori tindakan sosial tentang “makna subjektif” (*subjective meaning*) dari perilaku manusia, proses sosial dan pragmatismenya. Meskipun terdapat beberapa versi interaksionisme simbolik. Interaksi simbolik berasumsi bahwa manusia dapat mengerti berbagai hal dengan belajar dari pengalaman. Persepsi seseorang selalu diterjemahkan dengan simbol-simbol sebuah makna dipelajari melalui interaksi diantara orang-orang, dan makna tersebut muncul karena adanya pertukaran simbol-simbol dalam kelompok sosial. Pada sisi lain interaksi diantara orang-orang. Selain itu tingkah laku seseorang tidak mutlak ditentukan oleh kejadian-kejadian pada masa lampau saja, melainkan juga dilakukan dengan sengaja.

Dalam konteks komunikasi intrapersonal, interaksi simbolik menjelaskan bahwa pikiran terdiri dari sebuah percakapan internal yang merefleksikan interaksi yang telah terjadi antara seseorang dengan orang lain. Sementara itu tingkah laku terbentuk atau tercipta didalam kelompok sosial selama proses interaksi. Namun demikian, seorang tidak dapat memahami pengalaman orang lain dengan hanya mengamati tingkah lakunya belaka. Pemahaman dan pengertian seseorang akan berbagai hal harus diketahui secara pasti.

Melihat tiga premis diatas terdapat esensi bahwa komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna merupakan suatu aktivitas yang khas diantara manusia. Selain itu seseorang akan menjadi manusiawi hanya melalui interaksi dengan sesamanya. Interaksi yang terjadi antar manusia akan

membentuk masyarakat. Manusia secara aktif membentuk perilakunya sendiri. Kesadaran dan pikiran melibatkan interaksi manusia dengan dirinya sendiri. Studi tentang perilaku manusia berdasarkan prespektif interaksi simbolik membutuhkan pemahaman tentang tindakan tersembunyi manusia itu, bukan sekedar tindakan luar yang terlihat.

Memahami makna, simbol serta tindakan yang tersembunyi menurut interaksionisme simbolik ini memerlukan metode penelitian kualitatif. Sifat dan kondisi alamiah dari subjek yang diteliti, misalnya dengan memberi mereka kesempatan atau membiarkan mereka berbicara atau berperilaku apa adanya sebaagaimana yang mereka kehendaki akan memungkinkan munculnya perilaku tersembunyi ini.

Mead menjelaskan bahwa kemampuan manusia untuk dapat merespons simbol-simbol diantara mereka ketika berinteraksi, membawa penjelasan interaksionisme simbolik kepada konsep tentang diri (*self*). Mead menjelaskan secara sosial seseorang dapat melakukan tindakan kepada dirinya sendiri, seperti juga kepada orang lain. Di dapat memuji dirinya, menyalahkan dirinya atau mendorong dirinya sendiri dan seterusnya. Dengan kata lain, seseorang dapat menjadikan dirinya sebagai objek, melalui “definisi” yang dibuat bersama orang lain.

Mekanisme seseorang sehingga dapat melihat dirinya sendiri sebagai objek adalah melalui pengambilan peran (*role-taking*) dengan melibatkan proses komunikasi, khususnya melalui gerakan vokal atau berbicara. Perkembangan diri

tersebut berbarengan dengan pengembangan kemampuan dirinya dalam pengambilan peran. Disinilah peranan bahasa sangat menentukan. Bahasa atau simbol-simbol signifikan (*significant symbols*) inilah yang diperlukan seorang anak untuk memperoleh makna atau definisi segala sesuatu yang berada disekitarnya. Dengan mempelajari simbol-simbol kelompoknya, seorang anak dapat menginternalisasikan definisi suatu kejadian atau suatu benda tertentu kedalam dirinya sendiri, termasuk definisi yang dibuatnya sendiri.

Mead menyebutkan bahwa pengembangan diri secara jelas dapat diamati pada anak-anak. Menurutnya pengembangan diri terdiri dari dua tahap yaitu *Play Stage*, atau tahap permainan dan kedua *Game Stage* atau tahap pertandingan. Contoh tahap permainan saat anak bermain seperti ibu, guru, penjaga toko, tukang pos dan sebagainya. Ini merupakan pengambilan peran yang mendasar yang memungkinkan anak melihat dirinya sendiri dari prespektif orang lain yang dianggap penting (*significant other*). Tahap pertandingan melengkapi tahap diri sebelumnya yaitu dengan mengambil peran orang lain secara umum (*generalized other*) yaitu masyarakat. Pada tahap inilah anak memasuki komunitasnya ketika ia menjadi individu yang sesungguhnya. Ia dapat memainkan peran sebanyak mungkin peran bergantung pada prespektif orang yang dijumpainya. Sebenarnya kata Metzler, terdapat satu tahap persiapan yang tidak secara eksplisit disebut oleh Mead, yaitu tahap persiapan (*Prepsratary Stage*). Tahap ini merupakan salah satu tahap peniruan yang tidak bermakna oleh anak. Misalnya, ketika anak sedang “membaca” surat kabar.

Menurut Mead, sebagai suatu proses sosial, diri terdiri dari dua fase yaitu “I” (Aku) dan “Me” (Daku). “Aku” merupakan kecenderungan individu yang impulsif, spontan, pengalaman tidak terorganisirkan atau dengan kata lain merepresentasikan kecenderungan individu yang tidak terarah. Sedangkan “Daku” menunjukkan individu yang bekerjasama dengan orang lain, meliputi seperangkat sikap dan definisi berdasarkan pengertian dan harapan dari orang lain atau yang dapat diterima dalam kelompok. Dalam beberapa situasi spontanitasnya, potensial untuk menciptakan aktivitas yang baru dan kreatif, sedangkan “Daku” sebagai pengatur memunculkan individu kepada aktivitas yang terarahkan dan serasi (*goal-directed activity and conformal*). (Kuswarno 2009: 115)

Pemikiran interaksi simbolik ini menjadi dasar untuk menjelaskan bagaimana makna atas simbol-simbol yang pengemis pahami dan pikirkan menentukan tindakan mereka. Makna atas simbol yang mereka pahami akan semakin sempurna oleh karena interaksi diantara sesama pengemis atau antara pengemis dengan individu atau kelompok lain yang bukan pengemis, misalnya calon dermawannya. Simbol-simbol yang diciptakan, dipikirkan dan dipahami mereka merupakan bahasa yang mengikat aktivitas diantara mereka dan dengan luar kelompok mereka, Oleh karenanya, bahasa tersebut akan membentuk perilaku komunikasi yang khas dikalangan pengemis dan pengemis dengan individu atau komunitas luarnya. Pandangan interaksi simbolik membantu menjelaskan bagaimana pengemis memandang dirinya sendiri. Selain itu, bagaimana pengemis melakukan tindakan mengemis berdasarkan pandangan atas dirinya. Baik pandangan diri sendiri maupun pandangan orang lain terhadap dirinya.

Melalui pemahaman ini akan kita ketahui pengemis memandang dirinya sebagai pribadi yang kreatif, impulsif, dan spontan, atau *Me* yang menjaga keserasian dan terarahkan karena harapan dapat diterima orang lain didalam kelompoknya atau yang ditemuinya.

### **1.2.3.3 Teori Konstruksi Realitas Secara Sosial Peter L. Berger dan Thomas Luckmann**

Menurut Peter Berger bahwa realitas sosial secara objektif memiliki makna yang berasal dari dan oleh hubungan subjektif (individu) dengan dunia objektif (suatu perpektif interaksionalis simbolis). Berger dan Luckmann juga menyebutkan dalam bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality* bahwa seseorang hidup dalam kehidupannya mengembangkan suatu perilaku yang repetitif, yang mereka sebut “kebiasaan” (*habits*). Kebiasaan ini memungkinkan seseorang mengatasi suatu situasi secara otomatis. Kebiasaan seseorang ini berguna juga untuk orang lain. Dalam situasi komunikasi interpersonal, para partisipan (“aktor” menurut Schurtz) Saling mengamati dan merespon kebiasaan orang lain, dan dengan orang lain yang disesuaikan dengan tipe-tipe seseorang, yang disebut sebagai pengkhasan (*typication*). Dengan berjalanya waktu, kenyataan selanjutnya, beberapa kebiasaan menjadi milik bersama seluruh anggota masyarakat, maka terbentuklah sebuah lembaga (*institution*).

Institusi memungkinkan berkembangnya suatu peranan (*roles*), atau kumpulan perilaku yang terbiasa (*habitual behavior*) dihubungkan dengan harapan-harapan individu yang terlibat. Ketika seseorang memainkan suatu peranan yang dia adopsi dari perilaku yang terbiasa, orang lain berinteraksi

denganya sebagai suatu bagian dari institusi tersebut ketimbang sebagai individu yang unik. Pada institusi tersebut juga berkembang apa yang disebut sebagai hukum (*law*). Hukum ini mengatur berbagai peranan.

Mengikuti pemikiran Berger dan Luckmann, dapat dijelaskan bahwa perilaku pengemis bagi para aktor merupakan suatu kebiasaan (*habits*). Oleh karena kebiasaan ini, para pengemis boleh jadi dapat mengenali satu sama lain kekhasan mereka, para aktor ini dapat mengembangkan suatu ikatan secara psikologis dan sosial dalam suatu kelompok atau institusi (*institution*).

Melalui kelompoknya ini para pengemis berperilaku sesuai dengan peran yang dimainkannya, dan oleh karenanya mereka dapat mengembangkan aturan-aturan (*rules*). Aturan ini terbentuk dari perilaku yang terbiasa (*habitual behavior*) dan harapan-harapannya. Bahkan bukan tidak mungkin mereka akan membentuk suatu ikatan profesi.

## **1.2.4 Landasan Konseptual**

### **1.2.4.1 Tinjauan Umum Tentang Ilmu Komunikasi**

Proses komunikasi dewasa ini telah berkembang sangat pesat. Pada hakikatnya, proses komunikasi adalah penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan) dengan tujuan mendapatkan saling pengertian satu dan yang lainnya. Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara



tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku. (Effendy, 1989:60).

Untuk mengetahui dengan jelas tentang komunikasi, maka dari itu kita terlebih dahulu harus memahami tentang pengertian komunikasi itu sebagai berikut, “Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya, yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku”. (Effendy, 1989: 60).

Komunikasi adalah bentuk nyata kebutuhan manusia sebagai makhluk sosial, tiap individu dapat mengenal satu sama lain dan dapat saling mengungkapkan perasaan serta keinginannya melalui komunikasi. Setelah dapat menanamkan pengertian dalam komunikasi, maka usaha untuk membentuk dan mengubah sikap dapat dilakukan, akhirnya melakukan tindakan nyata adalah harapannya. Ketika berkomunikasi kita tidak hanya memikirkan misi untuk mengubah sikap seseorang, namun sisi psikologis dan situasi yang mendukung ketika itu juga harus diperhatikan. Apabila kita salah dalam memberikan persepsi awal dari stimuli, maka komunikasi akan kurang bermakna. Begitulah manusia, keunikannya memang menjadi pertimbangan dalam setiap keputusan begitu juga dalam berkomunikasi. Kita berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. Jadi komunikasi mempunyai fungsi isi yang melibatkan pertukaran informasi yang kita perlukan untuk menyelesaikan tugas

dan fungsi hubungan yang melibatkan pertukaran informasi mengenai bagaimana hubungan kita dengan orang lain. (Mulyana, 2016: 4)

Dalam komunikasi terdapat tiga kerangka pemahaman konseptualisasi komunikasi yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi. Menurut Deddy Mulyana (2016: 68), konseptualisasi komunikasi sebagai tindakan satu arah menyoroti penyampaian pesan yang efektif dan menginsyaratkan bahwa semua kegiatan komunikasi bersifat instrumental dan persuasif. Beberapa definisi yang sesuai dengan konsep ini adalah:

1. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner :

"Komunikasi: transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan. dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol—kata-kata. gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi."

2. Theodore M. Newcomb :

"Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima."

3. Carl I Hovland :

"Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate)."

4. Gerald R. Miller :

“Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.”

5. Everett M. Rogers :

“Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”

6. Raymond S. Ross :

“Komunikasi (intensional) adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.”

7. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante :

“Komunikasi adalah transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak.”

8. Harold D. Lasswell :

“(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” Atau Siapa Mengatakan Apa Dengan Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Pengaruh Bagaimana?

Deddy Mulyana mengatakan bahwa konseptualisasi komunikasi sebagai transaksi tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respons yang dapat diamati. Dalam komunikasi transaksional, komunikasi dianggap telah berlangsung bila seseorang telah menafsirkan perilaku orang lain, baik perilaku verbal maupun perilaku nonverbal. Berdasarkan pandangan ini, orang-orang yang berkomunikasi adalah komunikator-komunikator yang aktif mengirimkan dan menafsirkan pesan. Beberapa definisi yang sesuai dengan konsep ini adalah:

- a. John R. Wenburg dan William W. Wilmot :  
"Komunikasi adalah usaha untuk memperoleh makna."
- b. Donald Byker dan Loren J. Anderson :  
"Komunikasi (manusia) adalah berbagi informasi antara dua orang atau lebih."
- c. William I. Gorden :  
"Komunikasi secara ringkas dapat didefinisikan sebagai transaksi dinamis yang melibatkan gagasan dan perasaan."
- d. Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson :  
"Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna."
- e. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss :  
"Komunikasi adalah proses pembentukan makna di antara dua orang atau lebih."
- f. Diana K. Ivy dan Phil Backlund :  
"Komunikasi adalah proses yang terus berlangsung dan dinamis menerima dan mengirim pesan dengan tujuan berbagi makna."

g. Karl Erik Rosengren :

"Komunikasi adalah interaksi subjektif purposif melalui bahasa manusia yang berartikulasi ganda berdasarkan simbol-simbol."

Mulyana, (2016: 76)

#### **1.2.4.2 Iklan Rokok**

Hampir semua iklan produk rokok dengan bahasa-bahasa simboliknya mengajak audience untuk bermimpi, melayang dan membayangkan suatu kesenangan atau kenikmatan yang pada akhirnya mau mengkonsumsi produk yang ditawarkan seperti iklan rokok Djarum Super dengan slogan citra petualangannya atau iklan produk rokok Djarum Coklat dengan slogannya Anugerah Alam Indonesia. Hal itu dilakukan berulang-ulang dengan media yang benar-benar menyentuh masyarakat yaitu media luar ruang yang memenuhi hampir setiap sudut kota sehingga mengaburkan antara batas-batas seni dan kehidupan sehari-hari sehingga ada beberapa hal yang perlu ditinjau, seperti yang ditulis Mike Featherstone dalam bukunya Postmodernisme dan Budaya Konsumen (Maret, 2001, hal. 48 - 62) yang intinya sebagai berikut :

1. Hal yang terus menerus ada dalam budaya konsumen untuk unsur-unsur tradisi kebuasan pra-industri yaitu tradisi penyelesaian dengan cara pemhambur-hamburan dan penghancuran kelebihan barang atau produk yang dijalankan melalui pembeRian Muhammad Aprian hadiah, event-event yang konsumtif serta konsumsi yang sangat

mencolok serta menjadikan pertumbuhan ekonomi yang penuh untuk memunculkan pertumbuhan yang tanpa henti.

2. Transformasi dan penggantian dari kebuasan tersebut menjadi *image* media, desain, periklanan, rock-video, sinema.
3. Hal yang terus menerus ada serta transformasi tersebut dalam tempat-tempat konsumsi tertentu seperti tempat berlibur, stadion olah raga, taman-taman utama, *department store* dan pusat-pusat perbelanjaan.
4. Penggantian unsur-unsur tradisi kebuasan pra-industri dan penyatuannya ke dalam konsumsi yang mencolok yang dilakukan oleh negara dan berbagai perusahaan, baik dalam bentuk tontonan untuk masyarakat umum yang bersifat '*prestise*' atau pun manajemen dan administrasi kelas tinggi yang sifatnya istimewa.

Iklan produk rokok disini diletakkan sebagai komunikator untuk menumbuhkan kepentingan aktivitas bersenang-senang dan konsumsi dalam masyarakat yang menyebabkan kebebasan individual yang lebih besar dan menciptakan ikatan-ikatan atau pembedaan pada masyarakat serta kesenangan emosional untuk konsumsi, mimpi-mimpi dan keinginan yang ditampakkan dalam bentuk tamsil budaya konsumen dan tempat-tempat konsumsi tertentu yang secara beragam memunculkan kenikmatan jasmaniah langsung serta kesenangan estetis. Tampilan visual pada iklan rokok tersebut dapat dibaca dan digunakan untuk mengklasifikasikan status pemakainya. Pada saat yang sama, budaya konsumen menggunakan *image*, tanda-tanda dan benda-benda simbolik yang mengumpulkan mimpi-mimpi, keinginan dan fantasi yang menegaskan keautentikan romantik dan

pemenuhan emosional dalam menyenangkan diri sendiri, dan bukan diri orang lain.

Ada sebelas yang dikemukakan oleh David Ogilvy (Ogilvy, 1987: 54-55) yang ditulis dalam bukunya yang berjudul "Pengakuan Orang Iklan", untuk menciptakan suatu iklan yang berhasil yang bisa dipenuhi oleh iklan tersebut. Kesebelas dalil tersebut ialah:

1. Apa yang anda katakan adalah lebih penting daripada bagaimana anda mengatakan.
2. Kalau kampanye iklan anda tidak diciptakan sekitar gagasan yang besar (*big idea*), iklan itu akan gagal.
3. Berikanlah fakta-faktanya. Iklan produk rokok sebenarnya telah memberikan fakta yang sebenarnya, bahwa produk rokok tersebut adalah produk yang biasa saja, hanya kenikmatan rasa produk tersebut diserahkan kepada penikmat untuk menilainya sendiri.
4. Anda tidak dapat membuat orang bosan sehingga membeli.
5. Bersikaplah sopan, tapi jangan melucu. Kesan humor dalam iklan ini memang mengalir apa adanya tanpa kesan dibuat-buat.
6. Buatlah iklan anda sesuai dengan jam (masa) tayang.
7. Komite-komite dapat mengkritik iklan-iklan, tetapi mereka tidak dapat membuatnya. Sejauh ini memang belum ada kritik-kritik dari badan-badan resmi maupun dari lembaga swadaya masyarakat (LSM).
8. Kalau anda cukup beruntung untuk menulis sebuah iklan yang baik, ulangilah sampai iklan itu berhenti menarik pembeli.

9. Jangan pernah menulis iklan kalau keluarga anda sendiri tidak anda harapkan untuk membacanya.
10. Citra dan merek, dua hal ini sangat berkaitan dimana merek yang dibangun diperlukan citra yang baik juga dimata konsumen.
11. Jangan menjadi kucing tiruan. Iklan yang berhasil tidak meniru iklan produk lain yang sudah ada.

Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut di atas maka iklan produk rokok tersebut menjadi lain dengan iklan produk-produk sejenis, jelas iklan tersebut jadi menarik dan kreatif.

#### **1.2.4.3 Budaya Populer**

Menurut Williams yang ditulis dibukunya yang berjudul *A Vocabulary of Culture and Society* bahwa Populer dipandang dari sudut pandang orang dan bukanaya dari mereka yang mencari persetujuan atau kekuasaan atas mereka. Sekalipun demikian, pengertian awal tidaklah mati. Budaya populer bukan diidentifikasi oleh rakyat tapi oleh orang lain, dan masih menyanggah dua makna kuno: jenis karya inferior (bdk. Sastra populer, pers populer, yang dibedakan dengan pers berkualitas); dan karya yang secara sengaja dibuat agar disukai orang (jurnalisme populer dibedakan dengan jurnalisme demokratik, atau hiburan populer); maupun pengertian modern yang disukai banyak orang, yang tentunya pada banyak kasus bertumpang tindih dengan pengertian lama. Pengertian mutakhir budaya populer sebagai kebudayaan yang sebenarnya dibuat oleh orang-orang untuk kepentingan mereka sendiri yang sama sekali berbeda dengan semua



pengertian di atas. Pengertian ini sering kali digantikan pada masa lalu sebagai budaya rakyat, tapi pengertian ini juga merupakan salah satu penekanan modern yang penting. (Strinati, 2014: 4)

Signifikansi budaya populer di zaman modern dapat dipetakan berdasarkan bagaimana budaya populer itu diidentifikasi melalui gagasan budaya massa. Hadirnya media massa maupun semakin meningkatnya komersialisasi budaya dan hiburan telah menimbulkan berbagai permasalahan, kepentingan, sekaligus perdebatan hingga saat ini. Menurut teori posmodernis, budaya populer membungkus berbagai perubahan radikal dalam peranan media massa yang menghapuskan perbedaan antara citraan dan realitas.

Posmodernisme dikatakan menguraikan lahirnya suatu tatanan sosial dimana arti penting maupun kekuatan media massa dan budaya populer yang berarti kesemuanya itu mengatur dan membentuk segala macam hubungan sosial. Gagasanya adalah bahwa tanda-tanda populer maupun citra media semakin banyak mendominasi rasa realitas kita, maupun bagaimana kita mendefinisikan diri kita maupun dunia sekitar kita.

Sebagai contoh lahirnya posmodernisme dalam budaya populer yang diambil dari iklan televisi dimana dahulu iklan biasanya menyampaikan kepada kita betapa bernilai dan bermanfaatnya sebuah produk. Namun demikian, kini iklan lebih banyak menyampaikan soal produk secara langsung, dan lebih banyak berkutat dengan menyampaikan atau memparodikan iklan itu sendiri dengan mengutip iklan-iklan yang lain, dengan mengambil rujukan-rujukan dari budaya populer maupun secara sadar diperjelas statusnya sebagai iklan. Contoh argument

ini mengakui bahwa iklan selalu dilibatkan dalam menjual barang kepada orang-orang, tapi menunjukkan bahwa ciri-ciri tersebut memberi ciri khas pada unsur-unsur posmodernisme yang dapat dijumpai dalam iklan televisi masa kini. Iklan-iklan postmodern lebih banyak berkutat dengan representasi-representasi kultural iklan dari pada kualitas produk yang diiklankan yang dimiliki di dunia luar, sebuah kecenderungan untuk tetap bersentuhan dengan tumbangnya “realitas” yang diandaikan di dalam budaya populer.

Salah satu hal yang penting juga bahwa posmodernisme memiliki ketertarikan dengan gagasan-gagasan jangka panjang mengenai jangkauan maupun dampak konsumerisme dan penjujukan media sebagai aspek utama perkembangan modern masyarakat industri kapitalis. Sebagai contoh masyarakat kapitalis maju seperti Inggris, kebutuhan orang untuk mengkonsumsi telah menjadi sama pentingnya, jika bukan secara strategis secara lebih penting, dibandingkan dengan kebutuhan orang untuk memproduksi. Hal tersebut mendorong orang untuk mengkonsumsi serta melahirkan budaya populer modern yang memuja konsumerisme, dan hedonisme. Dalam proses tersebut media jelas menjadi semakin penting karena merupakan hal utama bagi arus komunikasi dan informasi di dalam maupun diantara masyarakat-masyarakat modern (dan akibatnya budaya populer yang mereka siarkan dan promosikan semakin banyak menerangkan dan memerantarai kehidupan sehari-hari didalam masyarakat). (Strinati,2014: 287- 288)

#### 1.2.4.4 Gaya Hidup Remaja

Gaya hidup menurut Philip Kotler adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini). (Kotler, 2002:192)

Gaya hidup remaja merupakan salah satu fenomena pada manusia dalam masa tumbuh kembangnya. Monks dkk (1996) mendeskripsikan batasan usia remaja adalah masa di antara 12-21 tahun dengan perincian 12-15 tahun masa remaja awal, 15-18 tahun masa remaja pertengahan, dan 18-21 tahun masa remaja akhir. Dalam fase tersebut remaja belum mendapat tempat yang jelas, tidak termasuk golongan anak tetapi tidak pula termasuk golongan orang dewasa atau golongan orang tua. Remaja ada di antara anak dan orang dewasa. Remaja masih belum mampu untuk menguasai fungsi-fungsi fisik maupun psikisnya.

Sementara itu Ali dan Astori menuliskan teori Hurlock mengenai tugas-tugas perkembangan masa remaja sebagai berikut:

- a. Mampu menerima keadaan fisiknya,
- b. Mampu menerima dan memahami peran seks usia dewasa
- c. Mampu membina hubungan baik dengan anggota kelompok yang berlainan jenis

- d. Mencapai kemandirian Muhammad Aprian emosional
- e. Mencapai kemandirian Muhammad Aprian ekonomi
- f. Mengembangkan konsep dan keterampilan intelektual yang sangat diperlukan untuk melakukan peran sebagai anggota masyarakat,
- g. Memahami dan menginternalisasikan nilai-nilai orang dewasa dan orang tua
- h. Mengembangkan perilaku tanggung jawab sosial yang diperlukan untuk memasuki dunia dewasa, mempersiapkan diri untuk memasuki dunia perkawinan, dan memahami dan mempersiapkan berbagai tanggung jawab kehidupan keluarga. (Asrori, M. 2005: 34)

#### **1.2.4.5 Psikologi Perkembangan**

Anak-anak yang berusia 12 atau 13 tahun sampai dengan 19 tahun sedang berada dalam pertumbuhan yang mengalami masa remaja. Masa remaja termasuk masa yang sangat menentukan karena pada masa ini anak-anak mengalami banyak perubahan pada psikis dan fisiknya. Ahli psikologi menganggap masa remaja merupakan masa peralihan dari masa anak ke masa dewasa, yaitu saat-saat ketika anak tidak mau lagi diperlakukan sebagai anak-anak, tetapi dilihat dari pertumbuhan fisiknya ia belum dapat dikatakan orang dewasa.

Orang barat menyebut remaja dengan istilah “puber”, sedangkan orang amerika menyebutnya “adolesensi”. Keduanya merupakan transisi dari masa anak-anak menjadi dewasa. Sedangkan dinegara kita ada yang menggunakan istilah “akil balig”, “pubertas”, dan yang paling banyak menyebutnya “remaja”.

Panggilan Adolesensi dapat diartikan sebagai pemuda yang keadanya sudah mengalami ketenangan. Pada umumnya orang tua dan pendidik cenderung menyebut remaja daripada remaja puber atau remaja adolesen. Bila ditinjau dari segi perkembangan biologis, yang dimaksud remaja ialah mereka yang berusia 12 sampai dengan 21 tahun. (Zulkifli,2012: 63-64)

Ada beberapa ciri-ciri remaja, diantaranya ialah:

a. Pertumbuhan fisik

Pertumbuhan fisik mengalami perubahan dengan cepat, lebih cepat dibandingkan dengan masa anak-anak dan masa dewasa. Untuk mengimbangi pertumbuhan yang cepat itu, remaja membutuhkan makan dan tidur yang lebih banyak.

b. Perkembangan seksual

Seksual mengalami perkembangan yang kadang-kadang menimbulkan masalah dan menjadi penyebab timbulnya perkelahian, bunuh dirim dan sebagainya, Tanda-tanda perkembangan seksual pada anak laki-laki diantaranya: alat produksi spermanya mulai memproduksi, ia mengalami masa mimpi yang pertama, yang tanpa sadar mengeluarkan sperma.

c. Cara berfikir kausalitas

Ciri ketiga adalah cara berpikir kausalitas, yaitu menyangkut hubungan sebab dan akibat. Misalnya remaja duduk di depan pintu, kemudian orang tua melarangnya sambil berkata “pantang” (suatu alasan yang biasa diberikan orang-orang tua di Sumatera secara turun-temurun). Andaikan yang dilarang itu anak kecil, pasti ia akan menurut perintah orang tuanya;

tetapi remaja yang dilarang itu akan mempertanyakan mengapa ia tidak boleh duduk didepan pintu karena remaja sudah mulai berpikir kritis sehingga ia akan melawan bila orang tua, guru, lingkungan, masih menganggapnya sebagai anak kecil. Bila guru atau orang tua tidak memahami cara berpikir remaja, akibatnya timbulah kenakalan remaja berupa perkelahian antar pelajar,dll.

d. Emosi yang meluap-luap

Keadaan emosi remaja masih labil karena erat hubungannya dengan keadaan hormon. Suatu saat ia bisa sedih sekali, dilain waktu ia bisa marah sekali. Hal ini terlihat pada remaja yang baru putus cinta atau remaja yang tersinggung perasaanya karena, misalnya, dipelototi.

e. Mulai tertarik kepada lawan jenisnya

Secara biologis manusia terbagi atas dua jenis, yaitu laki-laki dan perempuan. Dalam kehidupan social remaja, mereka mulai tertarik kepada lawan jenisnya dan mulai berpacaran. Jika dalam hal ini orang tua kurang mengerti, kemudian melarangnya, akan menimbulkan masalah, dan remaja akan bersikap tertutup terhadap orang tuanya.

f. Menarik perhatian lingkungan

g. Pada masa ini remaja mulai mencari perhatian dari lingkunganya, berusaha mendapatkan status dan peranan seperti kegiatan remaja di kampong-kampung yang diberi peranan. Bila tidak diberi peranan, ia akan melakukan perbuatan untuk menaruk perhatian masyarakat, bila perlu melakukan perkelahian atau kenakalan lainnya.

h. Terikat dengan kelompok

Remaja dalam kehidupan sosial sangat tertarik kepada kelompok sebayanya sehingga tidak jarang orang tua dinomorduakan sedangkan kelompoknya dinomorsatukan. Orang tua yang kurang mengerti pasti akan marah karena ia sendiri yang memberi makan, membesarkan, membiayai sekolahnya, tetapi tidak dituruti omongannya bahkan dinomorduakan oleh anaknya yang lebih menurut kepada kelompoknya. (Zulkifli,2012: 65)

### 1.3 Metode Penelitian Kualitatif

Pendekatan kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan berdasarkan paradigma, strategi, dan implementasi model secara kualitatif. Perspektif, strategi, dan model dikembangkan secara beragam. Sebab itu, tidak mengherankan jika terdapat anggapan bahwa, *Qualitative research is many people* (Denzin dan Lincoln, 1994: 4). Meskipun demikian, berbagai bentuk penelitian yang diorientasikan pada metodologi kualitatif memiliki beberapa kesamaan.

Secara umum dalam penelitian kualitatif terdapat hal-hal berikut :

- a. Data disikapi sebagai data verbal atau sebagai sesuatu yang dapat ditransposisi sebagai data verbal.
- b. Diorientasikan pada pemahaman makna baik itu merujuk pada ciri, hubungan sistematika, konsepsi, nilai, kaidah, dan abstraksi formulasi pemahaman.
- c. Mengutamakan hubungan secara langsung antara peneliti dengan hal yang diteliti.

- d. Mengutamakan peran peneliti sebagai instrument kunci.

Istilah penelitian kualitatif dimaksudkan sebagai jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lain. Contoh, dapat berupa penelitian kehidupan, riwayat, dan perilaku seseorang, peranan organisasi, gerakan sosial, atau hubungan timbal balik. Sebagian datanya dapat dihitung sebagaimana data sensus, namun analisisnya bersifat kualitatif.

Bodgan dan Taylor (1975:5) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Sependapat dengan definisi tersebut Kirk dan Miller (1983:9) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan peristilahannya.

Pengkajian penelitian kualitatif atau inkuri alamiah telah dilakukan terlebih dahulu oleh Willem dan Rausch (1969), kemudian hasil mereka diulas lagi oleh Guba (terjemahan Sutan Zanti Arbi, 1987:11-17), dan akhirnya disimpulkan atas dasar tersebut beberapa hal sebagai berikut :

1. Penelitian kualitatif adalah penelitian inkuti naturalistic atau alamiah.



2. Sejuhu mana tingkatan kenaturalistiknya merupakan kemampuan yang dilakukan oleh peneliti.
3. Peneliti harus mampu memberikan stimulus atau kondisian tes yang mampu direspons oleh informan.
4. Peneliti harus mampu membatasi respons dari subjek (informan) sehingga hanya respons yang sesuai dengan tema saja yang disampaikan informan.
5. Inkuiri naturalistik, peneliti tidak perlu membentuk konsepsi-konsepsi atau pemahaman teoritik tertentu mengenai lapangan sebaliknya ia dapat mendekati lapangan perhatiannya dengan pikiran yang murni dan memperkenankan interpretasi muncul dari dan dipengaruhi oleh peristiwa nyata, bukan sebaliknya.
6. Istilah naturalistik merupakan istilah yang tidak memodifikasi gejala-gejala.

Dari berbagai pengertian mengenai penelitian kualitatif dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang berangkat dari inkuiri naturalistik yang temuan-temuannya tidak diperoleh dari prosedur perhitungan secara statistik. (Basrowi dan Suwandi, 2008:20)

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Proses penelitian kualitatif ini melibatkan upaya-upaya penting, seperti mengajukan pertanyaan-pertanyaan dan prosedur-prosedur, mengumpulkan data yang spesifik dari para partisipan, menganalisis data secara

induktif mulai dari makna data. Laporan akhir untuk penelitian itu memiliki struktur atau kerangka yang fleksibel. Siapa pun yang terlibat dalam bentuk penelitian ini harus menerapkan cara pandang penelitian yang bergaya induktif, berfokus terhadap makna individual, dan menerjemahkan kompleksitas suatu persoalan. (Creswell, 2013: 5)

Alasan menggunakan pendekatan kualitatif dalam penelitian ini adalah:

1. Pemaknaan remaja tentang gaya hidup remaja merokok.
2. Data diambil dari sudut pandang remaja sekolah menengah pertama di Cianjur.
3. Proses penarikan sampel bersifat purposif.

### **1.3.1 Paradigma Penelitian Konstruktivisme**

Paradigma penelitian konstruktivis atau konstruktivisme adalah pendekatan secara teoritis untuk komunikasi yang dikembangkan tahun 1970-an oleh Jesse Della dan rekan-rekan sejawatnya. Konstruktivisme ini lebih berkaitan dengan program penelitian dalam komunikasi antar-pesona secara sistematis dengan membuat peta Terminologi secara teoritis dan hubungannya, dengan mengkolaborasi sejumlah asumsi, serta uji coba teori dalam ruang lingkup situasi produksi pesan. (Ardianto dan Q-ness, 2011:157)

(Dalam Ardianto dan Q-ness, 2011:158) Robyn Penmann merangkum kaitan konstruktivisme dalam hubungannya dengan ilmu komunikasi:

1. Tindakan komunikatif sifatnya sukarela, Pembuat komunikasi adalah subjek yang memiliki pilihan bebas, walaupun lingkungan sosial

membatasi apa yang dapat dan telah dilakukan. Jadi tindakan komunikatif dianggap sebagai tindakan sukarela, berdasarkan pilihan subjeknya.

2. Pengetahuan adalah sebuah produk sosial. Pengetahuan bukan sesuatu yang objektif sebagaimana diyakini positivisme, melainkan diturunkan dari interaksi dalam kelompok sosial. Pengetahuan itu dapat ditemukan dalam bahasa, melalui bahasa itulah konstruksi realitas tercipta.
3. Pengetahuan bersifat kontekstual, maksudnya pengetahuan merupakan produk yang dipengaruhi ruang waktu dan akan dapat berubah sesuai dengan pergeseran waktu.
4. Teori – teori menciptakan dunia. Teori bukanlah alat, melainkan suatu cara pandangan yang ikut mempengaruhi pada cara pandang kita terhadap realitas atau dalam batas tertentu teori menciptakan dunia. Dunia di sini bukanlah “segala sesuatu yang ada” melainkan “segala sesuatu yang menjadi lingkungan hidup dan penghayatan hidup manusia”, jadi dunia dapat dikatakan sebagai hasil pemahaman manusia atas kenyataan di luar dirinya.
5. Pengetahuan bersifat sarat nilai.

Lebih jauh lagi, Penmann kemudian merumuskan empat kualitas komunikasi. Baginya komunikasi harus bersifat konstitutif (menciptakan dunia), kontekstual (sesuai dan tergantung ruang dan waktu), beragam (muncul dalam bentuk yang berbeda-beda, tidak tunggal), dan tidak lengkap (selalu dalam proses, terus berubah). Teori konstruktivisme menyatakan bahwa individu

menginterpretasikan dan beraksi menurut kategori konseptual dari pikiran. Realitas tidak menggambarkan diri individu namun harus disaring melalui cara pandang orang terhadap realitas tersebut. George Keely menegaskan cara pemahaman pribadi seseorang dilakukan dengan pengelompokan peristiwa menurut persamaan dan perbedaannya. Perbedaan ini menjadi dasar penilaian perihal sistem kognitif individual yang bersifat pribadi dan karenanya berbeda dengan konstruksi sosial. Aliran ini meyakini bahwa sistem kognitif individu berkembang kompleks. Individu yang cerdas secara kognitif dapat membuat banyak perbedaan dalam satu situasi dibanding orang yang secara kognitif lemah. Inilah yang disebut diferensiasi kognitif. Diferensiasi ini mempengaruhi bagaimana pesan menjadi kompleks. (Ardianto dan Q-ness, 2011:158)

Della dan koleganya kemudian menegaskan hubungan antara kompleksitas kognitif dengan tujuan dari pesan. Pesan sederhana hanya memiliki satu tujuan sementara pesan kompleks memiliki banyak tujuan. Dalam komunikasi antarpersona pesan-pesan sederhana berupaya mencapai keinginan satu pihak saja tanpa mempertimbangkan keinginan orang lain. Sementara pesan kompleks dirancang memenuhi kebutuhan orang lain. Pada pesan kompleks inilah komunikasi antarpersona dapat tercipta. Konstruktivisme dengan demikian dapat dikategorikan komunikasi yang berpusat pada orang. Pada sisi lain, komunikasi yang berpusat pada orang diferensiasi kognitif menunjukkan adanya desain pesan. (Ardianto dan Q-ness, 2011:159)

### 1.3.2 Pendekatan Penelitian Studi Fenomenologi

Saat ini fenomenologi lebih dikenal sebagai suatu disiplin ilmu yang kompleks, karena memiliki metode dan dasar filsafat yang komprehensif dan mandiri. Fenomenologi juga dikenal sebagai pelopor pemisahan ilmu social dengan ilmu alam. Harus diakui, fenomenologi telah menjadi tonggak awal dan sandaran bagi perkembangan ilmu social saat ini. Tanpanya, ilmu sosial masih berada dibawah cengkaman *positivistic* yang menyesatkan tentang pemahaman akan manusia dan realitas.

Sebagai disiplin ilmu, fenomenologi mempelajari struktur pengalaman dan kesadaran. Secara harfiah, fenomenologi adalah studi yang mempelajari fenomena, seperti penampakan, segala hal yang muncul dalam pengalaman kita, cara kita mengalami sesuatu, dan makna yang kita miliki dalam pengalaman kita. Kenyataannya, fokus perhatian fenomenologi lebih luas dari sekedar fenomena, yakni pengalaman sadar dari sudut pandang orang pertama (yang mengalaminya). (Kuswarno, 2009: 22)

Pada dasarnya Fenomenologi cenderung untuk menggunakan paradigma penelitian kualitatif sebagai landasan metodologisnya. Berikut uraian mengenai ciri-ciri penelitian fenomenologi yaitu:

1. Fokus pada sesuatu yang Nampak, kembali kepada yang sebenarnya (esensi), keluar dari rutinitas, dan keluar dari apa yang diyakini sebagai kebenaran dan kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari.

2. Fenomenologi tertarik dengan keseluruhan, dengan mengamati entitas dari berbagai sudut pandang dan prespektif, sampai didapat pandangan esensi dari pengalaman atau fenomena yang diamati.
3. Fenomenologi mencari makna dan hakikat dari penampakan, dengan intuisi dan refleksi dalam tindakan sadar melalui pengalaman. Makna ini yang pada akhirnya membawa kepada ide, konsep, penilaian dan pemahaman yang hakiki.
4. Fenomenologi mendeskripsikan pengalaman, bukan menjelaskan atau menganalisisnya. Sebuah deskripsi fenomenologi akan sangat dekat dengan kealamiahannya (tekstur, kualitas, dan sifat-sifat penunjang) dan apa adanya, dan menonjolkan sifat alamiah dan makna yang dibalikinya. Selain itu, deskripsi juga akan membuat fenomena “hidup” dalam term yang akurat dan lengkap. Dengan kata lain sama “hidup”-nya antara yang tampak dalam kesadaran dengan yang terlihat oleh panca indera.
5. Fenomenologi berakar pada pertanyaan-pertanyaan yang langsung berhubungan dengan makna dari fenomena yang diamati. Dengan demikian peneliti fenomenologi akan segera dekat dengan fenomena yang diamati. Analoginya peneliti menjadi salah satu bagian *puzzle* dari sebuah kisah biografi.
6. Intergrasi dari subjek dan objek. Persepsi peneliti akan sebanding/sama dengan apa yang dilihatnya/didengarnya. Pengalaman akan suatu tindakan akan membuat objek menjadi subjek, dan subjek menjadi objek.

7. Investigasi yang dilakukan dalam kerangka intersubjektif, realitas adalah salah satu bagian dari proses secara keseluruhan.
8. Data yang diperoleh (memulai berpikir, intuisi, refleksi, dan penilaian) menjadi bukti-bukti utama dalam pengetahuan ilmiah.
9. Pertanyaan-pertanyaan penelitian harus dirumuskan dengan sangat hati-hati. Setiap kata harus dipilih, dimana kata yang terpilih adalah kata yang paling utama, sehingga dapat menunjukkan makna yang utama pula.  
(Kswarno, 2009: 37-38)

Tujuan utama fenomenologi adalah mempelajari bagaimana fenomena dialami dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep-konsep penting, dalam kerangka intersubjektivitas. Intersubjektif karena pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain.  
(Kuswarno, 2009: 2)

Dengan demikian fenomenologi sangat relevan menggunakan penelitian kualitatif dalam mengungkapkan realitas.

### **1.3.3 Penentuan Sumber Data Penelitian**

Pemilihan informan dilakukan dengan strategi purposif. Strategi ini menghendaki informan dipilih berdasarkan pertimbangan bahwa merekalah yang paling mengetahui informasi yang akan diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah remaja Sekolah Menengah Pertama X di Cianjur yang memiliki perilaku atau kebiasaan merokok sebagai gaya hidup mereka dalam kehidupan sosial.

### **1.3.4 Proses Pendekatan Terhadap Informan**

Proses pendekatan terhadap informan dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Pendekatan Struktural, dimana peneliti melakukan kontak guna meminta izin kesedianya untuk diteliti lalu meminta waktu untuk diwawancarai.
2. Pendekatan personal (*rapport*) dengan siswa yang menjadi panutan di lingkungan Sekolah Menengah Pertama X di Cianjur.

### **1.3.5 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian**

#### **1.3.5.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu di beberapa tempat berkumpul Siswa Menengah Pertama X di Cianjur, Jawa barat.





### **1.3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Adapun Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### **1. Observasi**

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Kegiatan pengamatan terhadap objek penelitian ini untuk memperoleh keterangan data yang lebihkurat mengenai hal-hal yang diteliti serta mengetahui relevansi antara jawaban responden dengan kenyataan yang terjadi dilapangan.

#### **2. Dokumentasi**

Dokumentasi dalam pengumpulan data dimaksudkan sebagai cara mengumpulkan data dengan mempelajari dan mencatat bagian-bagian yang dianggap penting yang terdapat baik di lokasi penelitian maupun di instansi yang ada hubunganya dengan lokasi penelitian.

#### **3. Wawancara**

Wawancara yaitu kegiatan tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung. Wawancara dilakukan untuk memperoleh data guna kelengkapan data-data yang diperoleh sebelumnya. Wawancara dilakukan peneliti dengan Pelajar Sekolah Menengah Pertama di Kabupaten Cianjur.

### **1.3.7 Teknik Analisis Data**

Analisis dan kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (1982) yang dikutip Moleong (2005: 248) merupakan upaya “mengorganisasikan data, memilah-

milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikanya, mencari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain”.

Data yang terkumpul dianalisis melalui tahap-tahap berikut:

Tahap I: Mentranskripkan data

Pada tahap ini dilakukan pengalihan dan rekaman kedalam bentuk skripsi dan menerjemahkan hasil transkripsi. Dalam hal ini peneliti dibantu oleh tim dosen pembimbing.

Tahap II: Kategorisasi

Pada tahap ini, peneliti melakukan klarifikasi data berdasarkan item-item masalah yang diamati dan diteliti, kemudian melakukan kategorisasi data sekunder dan data lapangan. Selanjutnya menghubungkan sekumpulan data dengan tujuan mendapatkan makna yang relevan.

Tahap III: Verifikasi

Pada tahap ini data dicek kembali untuk mendapatkan akurasi dan validitas data sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian.

Tahap IV: Interpretasi dan Deskripsi

Pada tahap ini data yang telah diverifikasi diinterpretasikan dan dideskripsikan. Peneliti berusaha mengkoneksikan sejumlah data untuk mendapatkan makna dari hubungan data tersebut. Peneliti

menetapkan pola dan menemukan korespondensi antara dua atau lebih kategori data.

### 1.3.8 Validitas Data

Penelitian kualitatif harus mengungkap kebenaran yang objektif. Karena itu keabsahan data dalam sebuah penelitian kualitatif sangat penting. Melalui keabsahan data kredibilitas (kepercayaan) penelitian kualitatif dapat tercapai. Dalam penelitian ini untuk mendapatkan keabsahan data yang dilakukan oleh tRian Muhammad Apriangulasi. Adapun tRian Muhammad Apriangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu (Moleong, 2007:330).

Guna mengatasi penyimpangan dalam menggali, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian, peneliti melakukan tRian Muhammad Apriangulasi data baik dari segi sumber data maupun tRian Muhammad Apriangulasi metode yaitu:

1. TRian Muhammad Apriangulasi Data:

Data yang dikumpulkan diperiksa kembali bersama-sama dengan informan. Langkah ini memungkinkan dilihat kembali akan kebenaran informasi yang dikumpulkan. Selain itu, juga dilakukan *cross check* data kepada narasumber lain yang dianggap paham terhadap masalah yang diteliti.

2. Triangulasi Metode:

Mencocokkan informasi yang diperoleh dari satu teknik pengumpulan data (wawancara mendalam) dengan teknik observasi berperan serta. Penggunaan triangulasi mencerminkan upaya untuk mengamankan pemahaman mendalam tentang unit analisis. Unit analisis dalam penelitian ini adalah gaya hidup remaja merokok.