

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Kehidupan manusia pasti berubah seiring terus menerus dengan perkembangan zaman terutama dalam bidang teknologi komunikasi semakin berkembang dengan pesat, media baru atau yang lebih dikenal dengan nama internet adalah suatu jaringan komputer yang satu sama lain saling terhubung untuk keperluan komunikasi dan informasi. sebelumnya pada dasarnya informasi dari internet berjalan searah, tetapi sekarang semua orang dapat dengan mudah bisa membuat konten di internet karena berkembangnya layanan seperti sosial media. Hadirnya sosial media yang kini telah menjadi bagian sehari-hari yang tak terpisahkan dalam perkembangan teknologi internet. Berbagai macam aplikasi internet berbasis sosial media dapat mengalihkan perhatian para pengguna internet di seluruh dunia.

Setiap orang dapat saling berbagi cerita dan berbagai macam informasi dengan menggabungkan teknologi berupa tulisan dengan *audio visual*. Kehadiran media sosial sedikit banyak telah mempengaruhi pola kehidupan dalam masyarakat, mulai dari efek ketergantungan pengguna terhadap media sosial begitu populer karena fiturnya mudah digunakan dimana hal tersebut tidak dapat diperoleh melalui media tradisional. semakin populernya media sosial di kehidupan masyarakat. Perkembangan teknologi baru tentunya memiliki dampak positif dari media sosial adalah memudahkan kita untuk memperoleh informasi secara cepat, berinteraksi dengan banyak orang, memperluas pergaulan dan lebih

mudah mengekspresikan diri dimana semua ini dapat dilakukan tanpa batasan jarak dan waktu dengan biaya yang sangat terjangkau bahkan gratis.

Dampak negatif dari media sosial terutamanya disebabkan oleh munculnya sifat ketergantungan pengguna terhadap media sosial media sosial dijadikan ajang untuk melakukan hal yang merugikan orang oranglain . Media sosial telah menjadi sebuah kebutuhan baru dalam kehidupan kelompok alumni SMA Negeri 25 Bandung ataupun dalam kehidupan remaja masa kini. Melalui media sosial beberapa remaja kelompok alumni SMA Negeri 25 Bandung dapat mencari referensi untuk mengubah pola pikirnya menjadi hedonis karena melihat gaya hidup oranglain lain yang glamour, karena pada saat ini remaja sudah dilengkapi beberapa fasilitas untuk menunjang seperti *Instagram, Path, Facebook, Snapchat, Youtube*. Media sosial dapat memperlihatkan citra sorang dirinya sendiri, bagaimana ia ingin dilihat atau di akui oleh publik.

Salah satu media sosial yang paling digemari remaja zaman sekarang yaitu *Instagram* dimana *Instagram* adalah suatu aplikasi, fokus berbagi foto kepada teman dengan menghadirkan berbagai pilihan filter menjadikan *Instagram* sangat populer, aplikasi berbagi foto yang mempunyai berbagai fitur, dari berbagai fitur tersebut semua dapat digunakan pengguna untuk berbagi dan terkoneksi dengan pengguna lainnya. Seiring dengan perkembangan teknologi remaja selalu memperlihatkan segala bentuk aktivitasnya melalui sebuah foto atau sebuah video singkat di *Instagram* agar di akui oleh teman lainnya. Fitur ini disebut *Instastory*. Pengguna *Instagram* bisa mengunggah berbagai aktivitas atau kegiatannya melalui *instastory*. Dengan cara pengguna saling *follow* atau mengikuti,

komunikasi yang terjadi di *Instagram* akan lebih sering membicarakan tentang foto yang mereka unggah. Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam kegiatan, minat, dan opininya, gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup dalam hal ini dapat dipahami sebagai sebuah karakteristik seseorang secara nyata, kita dapat menilai seseorang dengan cara melihat gaya hidupnya. Karena dengan gaya hidup seseorang bisa dengan secara tidak sadar ia menunjukkan kepada publik siapa diri mereka sebenarnya.

Gaya hidup sudah menjadi kebutuhan bagi manusia khususnya remaja yang berkaitan dengan status seseorang, kita dapat menilai seseorang hanya dengan melihat gaya hidup yang dijalaninya. Gaya hidup remaja saat ini sangatlah berbeda dengan remaja masa lampau dikarenakan jaman yang sangat berbeda dengan kondisi sekarang, dahulu masyarakat tidak terlalu mementingkan urusan penampilan dan gaya hidup, tapi sekarang sangat jauh berbeda karena dengan seiring berjalannya waktu membuat remaja lebih ingin menunjukkan gaya hidup yang keren di berbagai jejaring sosial media yang mereka lewati.

Masa remaja merupakan periode transisi dari anak-anak menjadi dewasa, masa remaja merupakan masa dimana seseorang sedang mencari jati diri, lingkungan, sekolah dan peran orang tua sangatlah berpengaruh terhadap pola hidup dan pola pikir. Sasaran utama dari sosial media adalah remaja, di era moderen ini, proses pembentukan diri remaja tentunya akan menjadi lebih sulit karena semakin bertambahnya hal-hal yang dapat menyebabkan remaja terbawa hal-hal yang negatif. Sosial media adalah salah satu faktor utama penyebab

kenakalan remaja, dengan perkembangan teknologi, pengaruh budaya asing dapat masuk dengan mudah tanpa di *filter* terlebih dahulu pada dasarnya, remaja belum bisa memilih mana yang baik dan mana yang kurang baik, umumnya remaja mengikuti semua hal yang sedang *trending* tanpa menyaringnya terlebih dahulu.

Kelompok alumni SMA Negeri 25 Bandung berperan sebagai wadah yang menyatukan para lulusan-lulusannya untuk membangun *social network* atau memluas jaringan pertemanan. Alumni seharusnya dapat memberikan contoh yang baik terhadap adik-adiknya karena hampir semua sekolah favorit dapat dilihat dari alumninya yang berperilaku baik, namun kondisi ini justru berbanding terbalik, beberapa kelompok alumni SMA Negeri 25 Bandung justru melakukan hal-hal yang tidak patut dicontoh seperti melakukan gaya hidup *social climber* karena dilatar belakangi oleh keinginan untuk diterima dan diakui kelompok. Fenomena *social climber* atau yang lebih dikenal panjat sosial ini sekarang sedang *booming* di kalangan remaja yang sangat ingin meningkatkan status mereka menjadi orang yang ‘berada’ padahal kondisi sebenarnya berbanding terbalik dengan situasi yang sebenarnya, mereka memamerkan berbagai aktivitas yang sedang *trending* melalui sosial media *Instagram*.

Pengakuan sosial dapat berpengaruh terhadap diri seseorang semua orang ingin diakui oleh orang lain khususnya remaja, dalam tindakan kelakuan atau kondisinya lebih lemah. Karena itu disini sangat penting bahwa perlu memiliki hubungan persahabatan yang berperan aktif dapat bisa mengontrol atau menegur bila salah satu sahabatnya mulai melenceng ke arah yang kurang baik, seseorang akan terkenal di masyarakat atau di hubungan masyarakat dengan cara sengaja.

Memiliki kehidupan yang mewah agar mendapatkan pengakuan dimasyarakat. Apakah melalui hal seperti itu dimasyarakat yang “diharapkan” atau apakah itu hanya simbol status saja di sini bukanlah seperti itu yang dimaksud melalaikan sebuah kontak sosial yang sehat yang dapat di terapkan di masyarakat dalam artian bersosialisasi dengan cara yang sehat dan juga membuat hubungan yang di biarkan meluas merupakan komponen penting dalam pengembangan.

Social climber merupakan istilah bahasa pergaulan anak muda seperti yang sedang tren sekarang *kids zaman now*, dalam Bahasa Indonesia yaitu panjat sosial istilah yang digunakan untuk menyebut seseorang atau kelompok yang memiliki ambisi tinggi untuk eksis di kalangan dengan status sosial lebih tinggi dengan menggunakan segala cara untuk bisa naik status sosial lebih tinggi dan mendapatkan pujian dari sekitar atas statusnya tersebut. Caranya dengan menutupi ketidakmampuan dan kekurangan dalam hidupnya melalui gaya hidup mewah yang ia dapatkan dengan berbagai macam cara.

Instagram dijadikan media untuk menunjukkan eksistensi diri, setiap foto yang di unggah menjadi tolak ukur suatu pengguna *Instagram* tersebut yaitu jika tanda suka atau komentarnya banyak akan memberikan rasa kepuasan tersendiri terhadap penggunaanya dan mendapatkan banyak pengikut juga mempunyai rasa kepuasan tersendiri juga karena semakin banyak pengikut di *Instagram* maka dirinya akan semakin terkenal di *Instagram*, *Instagram* adalah salah satu aplikasi yang dimanfaat sangat baik oleh *social climber* dimana banyak *fitur Instagram* yang dapat menunjang untuk bisa menaikkan status sosialnya.

Setiap orang hidup dengan beragam status sosialnya masing-masing. Status sosial adalah sekumpulan hak dan kewajiban yang dimiliki seseorang dalam masyarakatnya. Dengan memiliki status sosial yang lebih tinggi, maka seseorang akan ditempatkan lebih tinggi dalam struktur sosial. Remaja panjat sosial cenderung mengikuti tren yang sedang terjadi pada jaman sekarang sehingga mereka untuk menjadi cukup unik untuk dibahas. Mereka hanya memedulikan *like* dan bagaimana terlihat keren dan modis di media sosial. Media sosial sering kali dijadikan suatu tolak ukur bagi lingkungan oleh anak muda yang ingin menaikkan status sosial. Sering kali anda dapat menemukan di media sosial dari teman-teman terdekat yang sebenarnya tidak mampu untuk mendapatkan hal tersebut, atau yang ia dapatkan secara instan, mulai dari nongkrong di kafe mahal, liburan ke luar negeri, *gadget* terbaru atau kendaraan mewah dan lainnya.

Namun jika dilihat secara kenyataan, keadaan mereka di sosial media jauh berbeda dengan kehidupan aslinya ataupun pendapatan mereka tak jauh beda dengan kita mengapa mereka bisa seperti itu. Bisa jadi mereka sudah terjerumus dalam model kaum remaja panjat sosial. Bagi seharusnya media sosial saat ini jadi cerminan dari hidup kita sebenarnya, mulai dari unggahan di *Instagram* yang menunjukkan bahwa ia adalah seorang selebriti padahal hal tersebut berbanding terbalik dengan situasi kondisi aslinya.

Remaja melakukan *social climber* karena stress atau kekecewaan dari penolakan kelompok lingkungan sosial yang dituju. Memiliki sisi baik dan buruk, *social climber* tidak selalu memberikan kebahagiaan. Seseorang akan menetapkan tujuan baru setelah mencapai satu tujuan, jika tujuannya tinggi, seseorang tidak

merasa bahagia setelah mencapainya pasalnya, tidak jarang dalam proses upaya naik ke atas, para *social climber* meninggalkan jejak muka pada sesama manusia, tidak terkecuali dirinya sendiri.

1.1.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan Konteks Penelitian, “**Bagaimana Konstruksi Makna *Social Climber* Dalam Pengakuan Sosial**”(Studi Fenomenologi Pada Remaja Pengguna *Instagram* di Kelompok Alumni SMA Negeri 25 Bandung)

1.1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian dan fokus penelitian maka pertanyaan penelitian :

1. Bagaimana motif pelaku *social climber* di kelompok alumni SMA Negeri 25 Bandung?
2. Bagaimana pengalaman *social climber* pada kelompok alumni SMA Negeri 25 Bandung?
3. Bagaimana dampak *social climber* di kelompok alumni SMA Negeri 25 Bandung?

1.1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab fokus penelitian yang dipaparkan sebelumnya, yaitu: Untuk Mengetahui Konstruksi

Makna *Social Climber* Dalam Pengakuan Sosial (Studi Fenomenologi Pada Kelompok Alumni SMA Negeri 25 Bandung)

1.1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini, yaitu untuk menjawab pertanyaan penelitian yang dipaparkan sebelumnya, yaitu:

1. Untuk mengetahui motif pelaku *social climber* di kelompok alumni SMA Negeri 25 Bandung
2. Untuk mengetahui pengalaman *social climber* pada kelompok alumni SMA Negeri 25 Bandung
3. Untuk mengetahui dampak *social climber* di kelompok alumni SMA Negeri 25 Bandung

1.1.4 Jenis Studi

Menurut Alfred Schutz (Kuswarno, 2009:36-37), ruang lingkup studi fenomenologi meliputi:

1. Fokus pada sesuatu yang nampak, kembali kepada yang sebenarnya (esensi), keluar dari rutinitas, dan keluar dari apa yang diyakini sebagai kebenaran dan kebiasaan sehari-hari.
2. Fenomenologi tertarik dengan keseluruhan, dengan mengamati entitas dari berbagai sudut pandang dan perspektif, sampai didapat pandangan esensi dari pengalaman atau fenomena yang diamati.

3. Fenomenologi mencari makna dan hakikat dari penampakan, dengan institusi dan refleksi dalam tindakan sadar melalui pengalaman.
4. Fenomenologi mendeskripsikan pengalaman, bukan menjelaskan atau menganalisisnya.
5. Fenomenologi berakar pada pertanyaan-pertanyaan yang langsung berhubungan dengan makna dari fenomena yang diamati. Dengan demikian penelitian fenomenologi akan sangat dekat dengan fenomena yang diamati.
6. Integrasi dari subjek dan objek. Persepsi penelitian akan sebanding dengan apa yang dilihat atau didengarnya. Pengalamannya 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 (melalui berpikir, intuisi, refleksi, dan penilaian) menjadi bukti-bukti utama dalam pengetahuan ilmiah.
9. Pertanyaan-pertanyaan penelitian harus dirumuskan dengan sangat hari-hati. Setiap kata harus dipilih, dimana kata yang terpilih adalah kata yang paling utama, sehingga dapat menunjukkan makna utama pula.

1.1.5 Manfaat Penelitian

1.1.5.1 Manfaat Filosofis

Manfaat filosofis dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai gaya hidup remaja *social climber*.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran penyebab gaya hidup remaja *social climber*
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran efek globalisasi yang terjadi di kelompok alumni SMA Negeri 25 Bandung.

1.1.5.2 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran mengenai *social climber* yang terjadi di kelompok alumni SMA Negeri 25 Bandung.
2. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai fenomena yang terjadi pada remaja yang melakukan *social climber* khususnya pada kelompok alumni SMA Negeri 25 Bandung.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran efek globalisasi yang terjadi terhadap kelompok alumni SMA Negeri 25 Bandung.

1.1.5.3 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk mengembangkan pemikiran mengenai remaja yang memiliki pola pikir dan gaya hidup yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya agar tidak memaksakan kehendak.
2. Penelitian ini diharapkan dapat membuat para remaja pengguna *Instagram* menggunakan media sosial lebih bijak dalam membangun citra positif karena media sosial dapat mencerminkan citra diri seseorang.

1.2 Kajian Literatur

Berikut ini beberapa contoh kajian literatur dari hasil penelitian terdahulu:

1.2.1 Review Hasil Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan kajian literatur, berikut beberapa hasil penelitian terdahulu dengan menggunakan penelitian yang sama.

1. Peneliti Meita Dwistyatning. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Andalas. 2015.

Manipulasi Social climber di Dalam Kelompok Sosialita di Kota Padang, menyimpulkan:

“Hasil penelitian ini menunjukan bahwa *Social climber* di dalam arisan BFF memiliki kriteria, diantaranya adalah pengejar status, pencari “nama”, peduli dengan penampilan, suka memanfaatkan. *Social climber* juga melakukan manipulasi untuk bisa masuk dan diterima di dalam

kelompok arisan BBF , ada dua manipulasi yang dilakukan *social climber* ini, yaitu *expanding manipulation* dan *intellectual*”

Dalam Penelitian ini Meita Dwistyatning metode yang digunakan deskriptif kualitatif, dan objek yang diteliti kelompok arisan BBF menunjukkan bahwa *social climber* di dalam arisan BBF memiliki kriteria, diantaranya adalah pengejar status sangat menomor satukan penampilan agar diakui dan diterima oleh kelompok arisan BBF

2. Penelitian Nadia Ayu Jayanti. Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya. 2015.

Komunikasi Kelompok “Social Climber” Pada Kelompok Pergaulan di Surabaya Townsquare, menyimpulkan:

“Peneliti Mengemukakan bahwa kelompok *climber* menggunakan media untuk menyampaikan pesan mereka, berupa pesan verbal (istilah-istilah) Maupun juga non verbal (isyarat gerakan tubuh, *fashion*, *gadget*, dan aktivitas di sosial media.”

Dalam penelitian ini Nadia Ayu Jayanti menggunakan metode kualitatif, dengab tujuan kelompok *climber* menunjukkan dalam bentuk symbol-simmbol yang merupakan bentuk dari persaudaraan mereka dan menunjukkan keakraban mereka didepan publik.

3. Peneliti Utari Permatasari. Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul Jakarta. 2013.

Komunikasi Interpersonal Dalam Dramaturgi Pribadi Social Climber Pada Kelompok Pergaulan di Kemang Jakarta Selatan, menyimpulkan:

“Hasil dari penelitian cara berkomunikasi serta gaya hidup dari seseorang yang memiliki kepribadian sebagai *social climber* pada saat mereka berada dalam lingkungan pergaulan mereka khususnya untuk wilayah Kemang Jakarta Selatan.”

Dalam penelitian ini Utari Permatasari beliau menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan tujuan untuk memberikan gambaran serta pemahaman terhadap kepribadian, gaya hidup serta proses komunikasi yang dilakukan seseorang yang memiliki kepribadian *social climber* untuk bisa mendukung peran mereka sebagai *social climber*.

4. Penelitian Muftia Oktavialih, Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Jendral Soedirman, 2015.

Analisis Resepsi Tentang Social Climber dalam serial Televisi Gossip Girl, menyimpulkan:

“Hasil dari penelitian ini adalah golongan ini menganggap bahwa *social climber* merupakan hal yang wajar saja dilakukan oleh seorang individu dengan berbagai macam cara dalam usahanya untuk memperoleh status sosial yang lebih tinggi. Kemudian, sebanyak 2 orang informan termasuk dalam kategori *negotiated reading*, yaitu: audiens yang menerima teks media namun menegosiasikan interpretasi mereka sesuai dengan latar belakang sosio-kultural mereka. Pada golongan ini, informan menerima makna *social climber*, namun menurut mereka *social climber* tidak selalu dikaitkan dengan hal yang negatif. Terakhir, 2 orang informan termasuk dalam kategori *oppositional reading*, yaitu

audiens yang menolak teks media, dalam hal ini adalah mengenai social climber. Pada golongan ini, mereka mempercayai bahwa social climber tidak seperti apa yang digambarkan dalam tayangan serial televisi *Gossip Girl*. Menurut mereka, *social climber* bukanlah mereka yang melakukan segala macam cara agar memperoleh status yang lebih tinggi.”

Dalam Penelitian ini Muftia Oktavialih menggunakan metode kualitatif, pada golongan tersebut mereka mempercayai bahwa *social climber* tidak seperti apa yang digambarkan dalam tayangan serial televisi *Gossip Girl*.

5. Maria Disa Artika. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya, 2014. *Social Climber sebagaimana fenomena Komunikasi (Studi Deskriptif terhadap Perantau Domestik yang Berdomisili di Bali)*, menyimpulkan:

“Hasil dalam penelitian ini adalah seorang *social climber* mengkonstruksi realitas sosial kehidupan mereka sendiri. Hal tersebut merupakan sebuah proses yang tercipta dari makna yang sudah ada dalam pikiran mereka, yang dipengaruhi oleh orang lain dan masyarakat. Penelitian ini menghasilkan empat proposisi utama yaitu standar sosial baru hasil adaptasi *social climber* dengan lingkungannya, motif utama *social climber*, kompetensi dasar yang harus dimiliki seorang *social climber* dan kategorisasi *social climber*.”

Dalam penelitian ini Maria Disa Artika menggunakan metode kualitatif, Dengan tujuan mengemukakan gaya hidup *social climber* sebagai fenomena komunikasi di kalangan perantau domestic di Kota Bali.

1.2.2 Review Matriks Hasil Penelitian

1.1 Matriks Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Subjudul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Meita Dwistyatning. 2015. Prodi Ilmu komunikasi Universitas Andalas.	Manipulasi <i>Social climber</i> di Dalam Kelompok Sosialita di Kota Padang	Kualitatif	Peneliti mengemukakan bahwa <i>social climber</i> di dalam arisan BFF memiliki kriteria, diantaranya adalah pengejar status, pencari “nama”, peduli dengan penampilan, suka memanfaatkan. <i>Social climber</i> juga melakukan manipulasi untuk bias masuk dan diterimadi dalam kelompok arisan BFF , ada dua manipulasi yang dilakukan <i>social climber</i> ini, yaitu <i>expanding manipulation</i> dan <i>intellectual</i>	Sama sama meneliti <i>social climber</i> dalam ranah kelompok.	Jenis studi yang digunakan peneliti adalah Dramaturgi.

2	Nadia Ayu Jayanti. 2015. Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya	Komunikasi Kelompok “ <i>Social Climber</i> ” Pada Kelompok Pergaulan di Surabaya <i>Townsquare</i>	Kualitatif	Peneliti mengemukakan bahwa Kelompok <i>climber</i> menggunakan media untuk menyampaikan pesan mereka, berupa pesan verbal (istilah-istilah) Maupun juga non verbal (isyarat gerakan tubuh, <i>fashion, gadget</i> , dan aktivitas di media sosial.	Sama-sama menggunakan media sosial dalam penyampaiannya.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus.
3	Utari Permatasari. 2013. Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul	Komunikasi Interpersonal Dalam Dramaturgi Pribadi <i>Social Climber</i> Pada Kelompok Pergaulan di Kemang Jakarta Selatan	Kualitatif	“Hasil dari penelitian bahwa cara berkomunikasi serta gaya hidup dari seseorang yang memiliki kepribadian sebagai <i>social climber</i> pada saat mereka berada dalam lingkungan pergaulan mereka khususnya untuk wilayah Kemang Jakarta Selatan	Metode penelitian yang digunakan adalah metode fenomenologi.	Menggunakan metode penelian tambahan dramaturgi dan interpersonal.

4	Muftia Oktavialih . 2015. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Jenderal Soedirman	Analisis Resepsi Tentang <i>Social Climber</i> dalam serial Televisi <i>Gossip Girl</i> .	Analisis Resepsi	Hasil dari Penelitian ini adalah golongan ini menganggap bahwa <i>social climber</i> merupakan hal yang wajar saja dilakukan oleh seorang individu dengan berbagai macam cara dalam usahanya untuk memperoleh status sosial yang lebih tinggi Kemudian, sebanyak 2 orang informan termasuk dalam kategori <i>negotiated reading</i> , yaitu: audiens yang menerima teks media namun menegosiasikan interpretasi mereka sesuai dengan latar belakang sosio-kultural mereka. Pada golongan ini, informan menerima makna <i>social climber</i> , namun menurut mereka <i>social climber</i> tidak selalu dikaitkan dengan hal yang negatif. Terakhir, 2 orang informan termasuk dalam kategori <i>oppositional reading</i> , yaitu <i>audiens</i> yang menolak teks media, dalam hal ini adalah mengenai <i>social climber</i> . Pada golongan ini, mereka mempercayai bahwa <i>social climber</i> tidak seperti apa yang digambarkan dalam tayangan serial televisi <i>Gossip</i>	Sama-sama meneliti tentang <i>social climber</i> .	Metode yang dilakukan dalam penelitian adalah analisis resepsi. Dalam penelitian ini <i>social climber</i> dianggap hal yang wajar.
---	--	---	------------------	---	--	---

				<i>Girl</i> . Menurut mereka, <i>social climber</i> bukanlah mereka yang melakukan segala macam cara agar memperoleh status yang lebih tinggi.		
5.	Maria Disa Artika. 2014. Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Brawijaya	<i>Social Climber</i> sebagaimana fenomena Komunikasi (Studi Deskriptif terhadap Perantau Domestik yang Berdomisili di Bali.	Deskriptif Kualitatif	Hasil dalam penelitian ini adalah seorang <i>social climber</i> mengkonstruksi realitas sosial kehidupan mereka sendiri. Hal tersebut merupakan sebuah proses yang tercipta dari makna yang sudah ada dalam pikiran mereka, yang dipengaruhi oleh orang lain dan masyarakat. Penelitian ini menghasilkan empat proposisi utama yaitu standar sosial baru hasil adaptasi <i>social climber</i> dengan lingkungannya, motif utama <i>social climber</i> , kompetensi dasar yang harus dimiliki seorang. <i>social climber</i> dan kategorisasi <i>social climber</i>	Sama sama meneliti tentang <i>social climber</i> .	Penelitian ini menggunakan Deskriptif Kualitatif.

Sumber: Data Hasil Penelitian 2018

1.2.3 Landasan Teoritis

1.2.3.1 Teori Fenomenologi Alfred Schutz

Menurut Engkus Kuswarno fenomenologi adalah:

“Fenomenologi berasal dari kata *phenomenon* yang berarti kemunculan suatu objek, peristiwa atau kondisi dalam persepsi seorang individu. Fenomenologi menggunakan pengalaman langsung sebagai cara untuk memahami dunia. Fenomenologi menjadikan pengalaman sebenarnya sebagai data utama dalam memahami realitas. Apa yang dapat diketahui seseorang adalah apa yang dialaminya. Makna fenomenologi dapat diartikan sebagai ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak. Fenomenologi berusaha mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep penting dalam kerangka intersubektivitas (pemahaman kita mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain).”
(Kuswarno, 2009:8)

Alfred Schutz merupakan orang pertama menjelaskan bagaimana fenomenologi dapat diterapkan untuk mengembangkan wawasan ke dalam dunia sosial. Dia muncul di bawah pengaruh filsafat pragmatis dan interaksionisme-simbol; barangkali cara terbaik untuk mendekati karyanya adalah melihatnya sebagai bentuk interaksionisme yang lebih sistematis dan tajam. Dalam karyanya yang berjudul *The Phenomenology of the Social World*, dia tertarik dengan penggabungan pandangan fenomenologi dengan sosiologi melalui suatu kritik sosiologi terhadap karya Weber. Schutz memusatkan perhatian pada cara orang memahami kesadaran orang lain, akan tetapi ia hidup dalam aliran kesadaran diri sendiri. Perspektif yang digunakan oleh Schutz untuk memahami kesadaran itu dengan konsep intersubyektif. Maksud dari dunia intersubyektif ini adalah kehidupan-dunia (*life-world*) atau dunia kehidupan sehari-hari. Instrument yang dijadikan alat penyelidikan oleh Schutz adalah memeriksa kehidupan bathiniyah individu yang direfleksikan dalam perilaku sehari-hari. Fenomenologi tidak saja

mengklasifikasikan setiap tindakan sadar yang dilakukan, namun meliputi prediksi terhadap tindakan di masa yang akan datang, dilihat dari aspek-aspek yang terkait dengannya. Semuanya itu bersumber dari bagaimana seseorang memaknai objek dalam pengalamannya. Oleh karena itu, tidak salah apabila fenomenologi juga diartikan sebagai studi makna, dimana makna itu lebih luar dari sekedar bahasa yang mewakilinya. (Kuswarno, 2009:10-11)

Manusia mempunyai kemampuan untuk menentukan akan melakukan apa pun yang berkaitan dengan dirinya atau orang lain. Lebih lanjut, Schutz menyebutkan dengan konsep motif, yang dibedakan menjadi dua pemaknaan dalam konsep motif. Pertama, motif *in order to*, yang dijadikan pijakan oleh seseorang untuk melakukan sesuatu yang bertujuan mencapai hasil. kedua, motif *because*, merupakan motif yang melihat kebelakang. Secara sederhana bisa dikatakan pengidentifikasian masa lalu sekaligus menganalisisnya, sampai seberapa memberikan kontribusi dalam tindakan selanjutnya. Menurut Schutz, cara kita mengkonstruksikan makna di luar dari arus utama pengalaman ialah melalui proses tipikasi. Dalam hal ini termasuk membentuk penggolongan atau klarifikasi dari pengalaman dengan melihat keserupaannya. Pendekatan fenomenologi termasuk pada pendekatan subjektif atau interpretif. Yang memandang bahwa manusia aktif, kontras dengan pendekatan objektif atau pendekatan behavioristik dan struktural yang berasumsi bahwa manusia itu pasif. (Mulyana, 2007: 91)

Esensi dari fenomenologi adalah dunia itu salah satu makna yang dikonstruksikan secara intersubjektif. Dengan fenomenologi, dunia dapat

dikonstruksikan atau dapat diketahui dari sudut pandang orang yang mengalaminya secara langsung dan berkaitan dengan sifat-sifat alami pengalaman manusia. Secara tidak langsung, bahwa esensi dari penelitian fenomenologi adalah kita terjun langsung, larut dan juga merasakan. Jadi yang terpenting dalam fenomenologi adalah mempelajari apa sebenarnya yang dihadapi tanpa membiarkan faktor apapun melakukan intervensi dan menjauhkannya dari usaha melakukan analisis langsung terhadap esensi. Menurut Maurice Natanson yang dikutip oleh Deddy Mulyana mengatakan bahwa: Istilah fenomenologi dapat digunakan sebagai istilah generik untuk merujuk kepada semua pandangan ilmu sosial yang menempatkan kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami tindakan sosial. (Mulyana, 2007:92)

1.2.3.2 Komunikasi Kelompok Teman Sebaya

Dalam kehidupan sehari-hari, remaja hidup dalam tiga lingkungan, yaitu lingkungan sekolah, dan lingkungan masyarakat. Selanjutnya remaja juga tumbuh dan berinteraksi dalam dua dunia sosial, dunia orang dewasa dan dunia sebaya. Terdapat dua perbedaan dasar dan perbedaan pengaruh. Menurut sudut pandang perbedaan dasar, dalam dunia dewasa anak selalu dalam posisi *subornat status* (status bawaan), dengan kata lain status dunia dewasa selalu di atas anak. Adapun pada dunia sebaya, anak mempunyai status yang sama dia antara yang lain.

Jadi kelompok sebaya selalu berada di orang dewasa, kemudian kelompok teman sebaya biasanya membutuhkan kelompok sendiri karena ada kesamaan dalam pembicaraan di segala bidang, adapun menurut sudut pandang perbedaan

pengaruh, pengaruh kelompok teman sebaya makin lama makin penting fungsinya dan pengaruh keluarga semakin kecil.

dari uraian di atas, maka dapat diidentifikasi latar belakang adanya hubungan pertemanan sebagai berikut:

1. Adanya perkembangan proses sosialisasi

Pada usia remaja, individu mengalami proses. Remaja belajar memperoleh kematapan sosial ketika sedang belajar untuk mempersiapkan diri menjadi orang dewasa. Dengan demikian, remaja mencari teman yang sesuai dengan keinginan agar bisa saling berinteraksi satu sama lain dan merasa diterima oleh temannya.

2. Kebutuhan untuk menerima penghargaan

Secara psikologis, individu butuh penghargaan dari orang lain agar memperoleh kepuasan dari apa yang telah dicapainya. Remaja merasakan kebersamaan atau kekompakan dalam hubungan pertemanannya.

3. Perlu perhatian dari orang lain

Remaja membutuhkan perhatian dari orang lain terutama dari teman yang merasa senasib dengan dirinya. Hal ini dapat ditemui dalam kelompok teman sebayanya karena remaja merasa sama dengan teman yang lainnya, remaja tidak merasakan adanya perbedaan status seperti jika remaja bergabung dengan dunia orang dewasa.

4. Ingin menemukan dirinya

Dalam hubungan pertemanannya, remaja dapat menemukan dunianya yang berbeda dengan dunia orang dewasa . Remaja mempunyai persamaan

pembicaraan disegala bidang. Misalnya pembicaraan tentang hobi, gaya hidup, dan minatnya.

Uraian di atas senada dengan penjelasan yang dikemukakan oleh Murray (dalam, Susanto, 2018:189-190) yang menyatakan bahwa terdapat motif sosial yang mendorong seseorang untuk melakukan hubungan dengan orang lain, yaitu:

1. Kebutuhan untuk berafiliasi (*the need for intimacy*), yaitu keinginan untuk membentuk dan mempertahankan beberapa hubungan interpersonal yang memberi ganjaran.
2. Kebutuhan untuk berhubungan intim (*the need for intimacy*), yaitu memilih hubungan yang hangat, dekat dan komunikatif. Kebutuhan afiliasi yang tinggi mendorong perilaku sosial yang aktif dan terkendali dengan penekanan pada keluasan dan kuantitas hubungan sosial. Adapun kebutuhan untuk melakukan hubungan intim mendorong perilaku sosial yang lebih pasif dan kurang terkendali dengan penekanan pada kedalaman dan kualitas hubungan sosial.

Perkembangan sosial pada masa remaja lebih melibatkan kelompok teman sebaya dibandingkan orangtua. Berbeda dengan masa kanak-kanak, remaja lebih banyak melakukan kegiatan *ekstrakurikuler* dan bermain dengan teman. Dengan demikian, pada masa remaja peran kelompok teman sebaya adalah besar. Pada diri remaja, pengaruh lingkungan dalam lingkungan dalam menentukan perilaku cukup kuat. Walaupun remaja telah mencapai tahap perkembangan kognitif yang memadai untuk menentukan tindakannya sendiri, namun penentuan diri remaja

dalam berperilaku banyak dipengaruhi banyak dipengaruhi oleh tekanan dan kelompok teman sebaya.

Menurut Nugraha (dalam, Susanto 2018:193) peran kelompok sebaya sangat berpengaruh terhadap pertimbangan dan keputusan seseorang remaja tentang perilakunya. Kelompok teman sebaya merupakan referensi utama bagi remaja dalam hal persepsi dan sikap yang berkaitan dengan gaya hidup.

Hartup (dalam Susanto,2018:193) mengidentifikasi teman sebaya dalam kehidupan sosial remaja sebagai berikut:

1. Hubungan teman sebaya sebagai sumber emosi (*emotional resources*), baik untuk memperoleh rasa senang maupun untuk beradaptasi terhadap stress.
2. Hubungan teman sebaya sebagai sumber (*cognitive resources*), untuk pemecahan masalah dan perolehan pengetahuan.
3. Hubungan teman sebaya sebagai landasan untuk terjalinya bentuk-bentuk hubungan lainnya (misalnya hubungan dengan saudara kandung) yang lebih harmonis.
4. Hubungan teman sebagai konteks dimana keterampilan sosial dasar (misalnya keterampilan komunikasi sosial, keterampilan kerja sama dan keterampilan kelompok) diperoleh atau ditingkatkan.

1.2.3.3 Kontruksi Realitas Secara Sosial

Konsep awal mengenai teori ini dikemukakan oleh Alfred Schutz melalui konsep fenomenologi, yang kemudian dikembangkan dalam buku "*The Social*

Construction of Reality” oleh Peter Berger dan Thomas Luckmann. Dengan dukungan dari aliran interaksi simbolis dan fenomenologi Schutz, Berger berpendapat bahwa konstruksi realitas secara sosial memusatkan perhatiannya pada proses ketika individu menanggapi kejadian di sekitarnya berdasarkan pengalaman mereka.

Asumsi-asumsi yang mendasari konstruksi realitas secara sosial adalah:

1. Realitas tidak hadir dengan sendirinya, tetapi diketahui dan dipahami melalui pengalaman yang dipengaruhi oleh bahasa.
2. Realitas dipahami melalui Bahasa yang tumbuh dari interaksi sosial pada saat dan tempat tertentu.
3. Bagaimana realitas dipahami bergantung pada konvensi-konvensi sosial yang ada.
4. Pemahaman terhadap realitas yang tersusun secara sosial membentuk banyak aspek penting dalam kehidupan, seperti aktivitas berpikir, dan berperilaku.

Berdasarkan asumsi-asumsi di atas, teori konstruksi realitas secara sosial berhasil menemukan hubungan antara bahasa, interaksi sosial dan kebudayaan. Yaitu bagaimana Bahasa merupakan jembatan bagi manusia dalam memahami realitas, sekaligus sebagai pedoman dalam berperilaku. Karena Bahasa itu sendiri kompleks sifatnya dan mendapat pengaruh yang cukup kuat dalam kehidupan sosial masyarakat.

Teori kontruksi realitas secara sosial lebih menekankan kajiannya pada hubungan bahasa dan kebudayaan, dengan memasukkan unsur interaksi sosial di dalamnya.

1.2.4 Landasan Konseptual

1.2.4.1 Tinjauan Umum Tentang Ilmu Komunikasi

Menurut Roudhonah Komunikasi adalah:

“Kata atau istilah “komunikasi” merupakan terjemahan dari bahasa Inggris *Communication* yang dikembangkan di Amerika Serikat dan Komunikasi Pun berasal dari unsur persurat kabaran, yakni *journalism*. Istilah komunikasi berpangkal pada perkatan latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *communico* yang artinya membagi.” (Roudhonah, 2007:9)

Sebuah definisi singkat dibuat oleh Harold D. Lasswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “siapa yang menyampaikan ,apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya”. (Cangara,2005:18)

Menurut Onong Uchjana Effendy komunikasi adalah:

“Hakikat manusia sebenarnya adalah pikiran atau manusia, yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya. Dalam buku tersebut pula Harold Laswell menyatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What in Which Channel To Whom With What Effect?*. Paradigma Laswell menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yaitu: Komunikator, pesan, media, komunikan dan efek. Berdasarkan paradigma tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.” (Effendy,2003:28)

Menurut Deddy Mulyana Komunikasi adalah:

“Dalam bahasa komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator, sedangkan orang yang menerima pesan disebut sebagai komunikan. Dari penjelasan tersebut, maka disimpulkan bahwa komunikasi merupakan usaha secara sadar oleh individu untuk menyampaikan suatu pesan kepada

individu lainnya dengan tujuan untuk mempengaruhi pandangan individu terhadap hal tertentu. Dalam komunikasi terdapat tiga kerangka pemahaman konseptualisasi komunikasi yaitu komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi dan komunikasi sebagai transaksi. Menurut 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.” (Mulyana,2007:76)

1.2.4.2 Media baru

Internet dihuni oleh jutaan orang nonteknik yang menggunakannya setiap hari untuk berkomunikasi dan mencari informasi. Sekitar tahun 1992 di Amerika Serikat, populasi internet sebagian besar adalah para peneliti dan pendidik, dan belum banyak aplikasi serta kelompok minat yang relevan bagi masyarakat umum. Dua tahun kemudian, berbagai layanan utama mendominasi penggunaan internet itu. Sebagai akibatnya internet dibanjiri berbagai sumber daya bermanfaat dan semakin banyak penumpangnya. (Ardianto, Lukiaty, Siti, 2007: 151-154)

Internet memang merupakan jaringan komputer terbesar di dunia. Dilihat dari segi jumlah jaringan, orang, sumber daya yang tersambungkan, internet terus menjadi semakin besar dan semakin bernilai. Menurut Laquey , yang membedakan internet (dan jaringan global lainnya) dari teknologi komunikasi tradisional adalah tingkat interaksi dan kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk menyiarkan pesannya. Tak ada media yang memberi setiap penggunanya kemampuan untuk berkomunikasi secara seketika dengan ribuan orang. Internet adalah perkakas sempurna untuk meniagaan dan mengumpulkan sejumlah besar orang secara elektronik. Informasi mengenai suatu peristiwa tertentu dapat

ditransmisikan secara langsung, sehingga membuatnya menjadi suatu piranti meriah yang sangat efektif banyak sekali forum yang tersedia untuk tujuan istimewa ini. (Ardianto, Lukiati, Siti, 2007:151-154)

Semua piranti digital memberi kita kemampuan untuk menerabas orang yang menghalangi jalan kita menuju sumber. Tidak perlu lagi mendengar siaran berita 24 jam melalui radio siaran atau Televisi dan menunggu berita prakiraan cuaca setempat. Internet unggul dalam menghimpun berbagai orang, karena geografis tak lagi menjadi pembatas. Berbagai orang dari negara dan latar belakang yang berbeda dapat saling bergabung berdasarkan kesamaan minat dan proyeknya. Internet menyebabkan terbentuknya begitu banyak perkumpulan antar berbagai orang dan kelompok jenis interaksi pada skala besar ini merupakan hal yang tak mungkin terwujud tanpa ada jaringan computer. (Ardianto, Lukiati, Siti, 2007:151-154)

Konsep koloni digital dan budaya *online* memang masih cukup baru, namun konsep ini dengan segera akan menjadi pandangan hidup para penjelajah internet. Dalam dunia yang penuh kesibukan dengan suami-istri sama-sama berkarir, dan bergaya hidup kerja-belajar, membangun berbagai kelompok minat dalam sebuah sekolah, lingkungan atau kota sangatlah sulit. Masalah yang dihadapi masyarakat alam nyata antara lain kurangnya keterlibatan masyarakat setempat, geografi, dan berbagai jadwal yang kaku. Internet menerabas semua halangan ini. Dengan internet, kita lebih mudah ikut bergabung dalam sebuah diskusi yang sedang berlangsung dengan semua orang yang mempunyai minat

sama kapan saja kita mau, tak peduli dimana pun kita berada. (Ardianto, Lukiati, Siti, 2007:151-154)

1.2.4.3 Media Sosial

Terkadang pengertian media ini cenderung lebih dekat terhadap sifatnya yang massa karena terlihat dari berbagai teori yang muncul dalam komunikasi massa. Namun, semua definisi yang ada memiliki kecenderungan yang sama bahwa ketika disebutkan kata “media”, yang muncul bersamaan dengan itu adalah sarana disertai dengan teknologinya. (Nasrullah, 2016:3)

Bisa dijelaskan bahwa keberadaan media sosial pada dasarnya merupakan bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan cara kerja komputer. Tiga bentuk bersosial, seperti pengenalan, komunikasi, dan kerja sama bisa dianalogikan dengan cara kerja komputer yang juga membentuk sebuah sistem sebagaimana adanya sistem di antara individu atau masyarakat. Bentuk-bentuk itu merupakan lapisan dimana lapisan pertama menjadi dasar untuk terbentuknya lapisan lain, pengenalan pada dasarnya merupakan dasar untuk berkomunikasi dan komunikasi merupakan dasar untuk melakukan kerjasama. Di dalam web atau jaringan komputer (internet) ada sebuah sistem hubungan antar pengguna yang bekerja berdasarkan teknologi komputer yang saling terhubung. Juga, keterhubungan antar pengguna itu sekaligus membentuk semacam jaringan layaknya masyarakat di dunia *offline* lengkap dengan tatanan, nilai, struktur, sampai pada realitas sosial; konsep ini bisa dipahami sebagai *techno-sosial system*, *techno-sosial system* adalah sebuah sistem sosial yang terjadi dan

berkembang dengan perantara sekaligus keterlibatan perangkat teknologi. (Nasrullah, 2016:10)

Di dalam web atau jaringan komputer, struktur yang ada bukanlah sebagaimana struktur yang tumbuh di tengah masyarakat. Kondisinya bisa jadi tidak ada lapisan kelas-kelas sebagaimana dalam teori Marx. Bisa jadi dalam sebuah jaringan struktur terbentuk karena keinginan dan kebutuhan yang sama, atau bahkan ketidaksengajaan sebagaimana dijelaskan oleh Tonnies ketika membedakan antara masyarakat (*gesellschaft*) dan komunitas (*gemeinschaft*). (Nasrullah, 2016:10)

Meike dan Young mengartikan kata media sosial yaitu:

sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu. Dari definisi atau pernyataan tersebut, peneliti mengambil kesimpulan bahwa definisi media sosial adalah “medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.”(Nasrullah, 2016:11)

1.2.4.4 Instagram

Nama *Instagram* berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan

menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah *Instagram* berasal dari instan-telegram.

Sistem sosial di dalam *Instagram* adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut *Instagram*. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna *Instagram* sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Untuk menemukan teman-teman yang ada di dalam *Instagram*. Juga dapat menggunakan teman-teman mereka yang juga menggunakan *Instagram* melalui jejaring sosial seperti Twitter dan juga Facebook.

Kegunaan Utama *Instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Foto yang hendak ingin diunggah dapat diperoleh melalui kamera *iDevice* ataupun foto-foto yang ada di album foto di *iDevice* tersebut.

Foto yang telah diambil melalui aplikasi *Instagram* dapat disimpan di dalam *iDevice* tersebut. Penggunaan kamera melalui *Instagram* juga dapat langsung menggunakan efek-efek yang ada, untuk mengatur pewarnaan dari foto yang dikehendaki oleh sang pengguna. Ada juga efek kamera *tilt-shift* yang fungsinya adalah untuk memfokuskan sebuah foto pada satu titik tertentu. Setelah foto diambil melalui kamera di dalam *Instagram*, foto tersebut pun juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan para pengguna. Foto-foto yang akan

diunggah melalui *Instagram* tidak terbatas atas jumlah tertentu, melainkan *Instagram* memiliki keterbatasan ukuran untuk foto. Ukuran yang digunakan di dalam *Instagram* adalah dengan rasio 3:2 atau hanya sebatas berbentuk kotak saja. Para pengguna hanya dapat mengunggah foto dengan format itu saja, atau harus menyunting foto tersebut dulu untuk menyesuaikan format yang ada. Setelah para pengguna memilih sebuah foto untuk diunggah di dalam *Instagram*, maka pengguna akan dibawa ke halaman selanjutnya untuk menyunting foto tersebut.

Tampilan *Instagram* pada versi awalnya, *Instagram* memiliki 15 efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Efek tersebut terdiri dari: X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwel, Walden, Hefe, Apollo, Poprocket, Nashville, Gotham, 1977, dan Lord Kelvin. Namun tepat pada tanggal 20 September yang lalu Instagram telah menambahkan 4 buah efek terbaru yaitu; Valencia, Amaro, Rise, Hudson dan telah menghapus 3 efek, Apollo, Poprocket, dan Gotham dari dalam fitur tersebut.

Pengaplikasian efek sekalipun para pengguna juga dapat menghilangkan bingkai-bingkai foto yang sudah termasuk di dalam efek tersebut. Fitur lainnya yang ada pada bagian penyuntingan adalah *Tilt-Shift*. *Tilt-shift* ini, sama fungsinya dengan efek kamera melalui *Instagram*, yaitu untuk memfokuskan satu titik pada sebuah foto, dan sekelilingnya menjadi buram. Dalam penggunaannya aplikasi *Tilt-Shift* memiliki 2 bentuk, yaitu persegi panjang dan juga bulat. Kedua bentuk tersebut dapat diatur besar dan kecilnya, juga titik fokus yang diinginkan. *Tilt-shift* juga mengatur rupa foto di sekeliling titik fokus tersebut, sehingga para

pengguna dapat mengatur tingkat buram pada sekeliling titik fokus di dalam foto tersebut.

Setelah foto tersebut disunting, maka foto akan dibawa ke halaman selanjutnya, dimana foto tersebut akan diunggah ke dalam *Instagram* sendiri ataupun jejaringan sosial lainnya. Dimana di dalamnya tidak hanya ada pilihan untuk mengunggah pada jejaringan sosial atau tidak, tetapi juga untuk memasukkan judul foto, dan menambahkan lokasi foto tersebut. Sebelum mengunggah sebuah foto, para pengguna dapat memasukkan judul untuk menamai foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dipikiran para pengguna. Judul-judul tersebut, para pengguna dapat menyinggung pengguna *Instagram* lainnya dengan mencantumkan akun dari orang tersebut. Para pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori.

Instagram merupakan media sosial yang memiliki banyak pengguna, di Indonesia jumlah pengguna *Instagram* mencapai 89% mayoritas pengguna adalah remaja, pengguna *Instagram* perempuan lebih aktif sekitar 63% dan pengguna laki-laki 37%. Menurut survey pada tahun 2015 perbandingan jumlah pengguna *Instagram* dengan media sosial lainnya yaitu *Instagram* memiliki jumlah pengguna sebanyak 415.000.000, facebook sebanyak 1280.000.000 pengguna, twitter 645.750.000 pengguna, path sebanyak 30.000.000 pengguna, snapchat sebanyak 30.000.000 pengguna.

1.2.4.5 Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi atau satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama (adanya saling kebergantungan), mengenal satu sama lain dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota mempunyai peran-peran yang berbeda dalam kegiatan dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kelompok diskusi kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil (*small group communication*), yang bersifat tatap muka. Umpan balik atau *feedback* seorang peserta dalam komunikasi kelompok masih bisa diidentifikasi dan ditanggapi langsung oleh peserta lainnya. (Mulyana 2013: 82)

Komunikasi Kelompok adalah suatu studi tentang segala sesuatu yang terjadi pada saat individu-individu berinteraksi dalam kelompok kecil dan bukan deskripsi mengenai bagaimana seharusnya komunikasi terjadi, serta bukan pula sejumlah nasehat tentang cara-cara bagaimana yang harus ditempuh. Sebab bagaimanapun dari sudut pandang komunikasi kelompok sudah dibayangkan bahwa dalam waktu jangka panjang, pemusatan perhatian pada deskripsi dan analisa. Mungkin akan meningkatkan proses kelompok daripada seperangkat aturan sekalipun (Goldberg dan Larson, 2007:8). Titik berat perhatian komunikasi kelompok adalah gejala komunikasi dalam kelompok kecil tentang bagaimana cara untuk dapat lebih mengerti proses komunikasi kelompok, memperkirakan hasilnya serta meningkatkan proses komunikasi kelompok. Diskusi kelompok

memberi berbagai saran tindak untuk keterampilan komunikasi kelompok.

Gouran mengambil beberapa strategi dalam menyelidiki proses-proses dalam komunikasi kelompok yang mempunyai delapan variabel-variabel yaitu:

1. Kejelasan (*Clarity*) suatu pernyataan mendengar atau membacanya merasa yakin bahwa komunikan mengerti maksud yang disampaikan komunikator
2. Pendapat (*Opinionatedness*) suatu pernyataan dikatakan mengandung pendapat apabila mengungkapkan suatu perasaan, keyakinan atau penilaian dasar faktual. Ini biasanya tidak tampak dalam pernyataan itu sendiri.
3. Kepentingan (*interest*) suatu pernyataan dikatakan mengungkapkan kepentingan pembuat pesan apabila mengandung beberapa petunjuk tentang perhatian dan keterlibatannya dengan pertanyaan-pertanyaan yang sedang dibahas
4. Jumlah informasi (*Amount of information*) sumber-sumber terpercaya yang mempunyai kaitan langsung dengan beberapa aspek dari pertanyaan yang sedang dibahas
5. Daya Provokasi (*Provocativeness*) untuk mendorong orang lain memberi tanggapan terbuka seolah-olah mengundang atau menerima tanggapan
6. Orientasi (*orientation*) untuk merangsang tercapainya tujuan kelompok dengan cara menggunakan fakta memberi sarang yang bermanfaat atau mencoba memecahkan konflik
7. Objektivitas (*objectivity*) mencerminkan kebebasan berbuat peran yang secara sadar berusaha mendesak atau mempengaruhi seseorang atau orang

lain untuk menerima pendapatnya

8. Panjang (*length*) hanya jumlah kata-kata dalam pernyataan. (Goldberg dan Larson 2007: 29-30)

Faktor komunikasi di dalam kelompok sangatlah berperan pada dinamika yang terjadi di dalam kelompok. Hal ini karena di dalam komunikasi, akan terjadi perpindahan ide atau gagasan yang diubah menjadi simbol oleh seorang komunikator kepada komunikan melalui suatu saluran. Untuk menyampaikan suatu ide atau gagasan, tampaknya sederhana, karena komunikasi dilakukan setiap hari oleh manusia. Namun demikian, pada suatu organisasi sering terjadi hambatan. (Huraerah dan Purwanto, 2006: 34)

1.2.4.6 Definisi makna *Social climber*

Social climber merupakan istilah bahasa pergaulan anak muda seperti yang sedang tren sekarang *kids zaman now*, dalam Bahasa Indonesia yaitu panjat sosial istilah yang digunakan untuk menyebut seseorang atau kelompok yang memiliki ambisi tinggi untuk eksis dikalangan dengan status sosial lebih tinggi dengan menggunakan segala cara untuk bisa naik status sosial lebih tinggi dan mendapatkan pujian dari sekitar atas statusnya tersebut. Caranya dengan menutupi ketidakmampuan dan kekurangan dalam hidupnya melalui gaya hidup mewah yang ia dapatkan dengan berbagai macam cara.

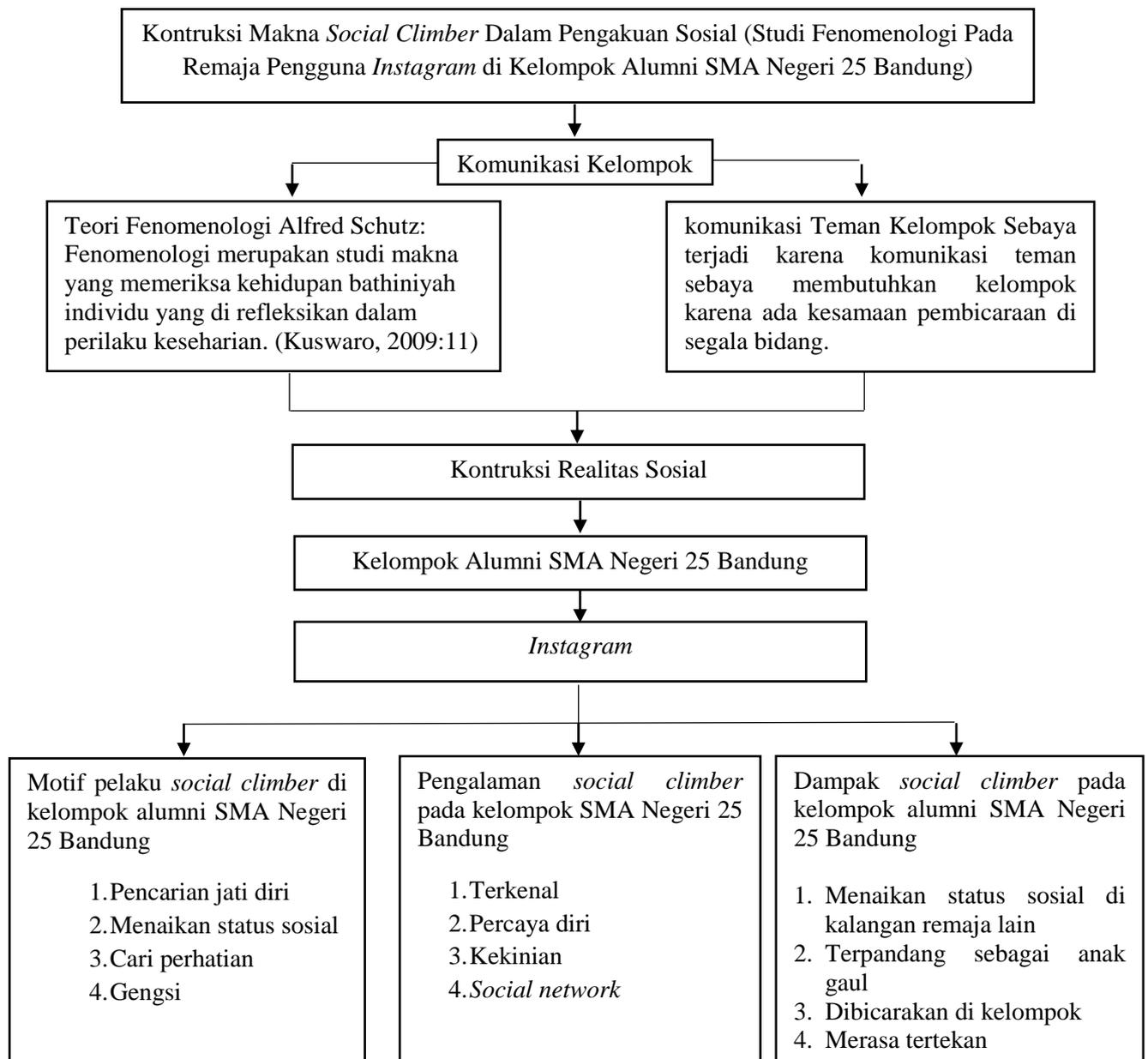
Social climber biasanya dilatar belakangi oleh keinginan untuk diterima dan diakui masyarakat. *Social climber* memiliki sisi baik dan buruknya tergantung pemahaman seseorang. Sama seperti rasa iri yang biasa jadi baik jika dilakukan dengan cara-cara yang baik tentu saja bukan iri yang berlebih sehingga seseorang

dapat melakukan tindak kejahatan. Fenomena “panjat sosial” ini sekarang sedang *booming* di kalangan anak-anak muda jaman sekarang yang dominan sangat ingin meningkatkan status mereka menjadi orang yang ‘berada’ sehingga mereka memamerkan melalui hal-hal yang *trending* sekarang melalui sosial media *Instagram*. *Social climber* menurut ilmu sosial, merupakan salah satu bagian dari mobilitas sosial. Yaitu suatu perubahan, pergeseran atau cara peningkatan, penurunan status atau peran seseorang. *Social climber* menurut ilmu sosiologi, Adalah pribadi yang sedang mencari pengakuan sosial. Menurut ilmu komunikasi Dalam ilmu komunikasi, *social climber* adalah hal yang dapat diusahakan untuk mendapatkan posisi yang lebih kuat dalam sebuah partisipasi baik secara individual maupun kelompok. (Wood,2001: 223)

1.2.4.7 Kerangka Pemikiran

Berikut ini kerangka penelitian dari Kontruksi Makna *Social Climber* Dalam Pengakuan Sosial (Studi Fenomenologi Pada Remaja Pengguna *Instagram* di Kelompok Alumni SMA Negeri 25 Bandung).

Gambar 1.1 Skema Kerangka Pemikiran Penelitian



Sumber: Data Hasil Penelaahan Peneliti 2018

1.3 Metode Penelitian Kualitatif

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang menurut Abererombie bertujuan untuk memahami gejala-gejala yang sedemikian rupa tidak memerlukan kuantitatif, atau karena gejala-gejala tersebut tidak memungkinkan untuk diukur secara tepat (Garna, 1999:32). Sedangkan menurut Nasution penelitian kualitatif pada hakekatnya mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahas dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya. (Nasution,1996:5)

Menurut Creswell Penelitian Kualitatif adalah:

“Proses penelitian untuk memahami yang didasarkan pada tradisi penelitian dengan metode yang khas meneliti masalah manusia atau masyarakat. Peneliti membangun gambaran yang kompleks dan holistik, menganalisis kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci dan melakukan penelitian dalam seting alamiah.” (Creswell,2002:19)

Menurut Sugiyono Penelitian Kualitatif adalah:

“Metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah

sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.” (Sugiyono 2007:1)

Menurut Deddy Mulyana Penelitian Kualitatif adalah:

“Metode penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubah menjadi entitas-entitas kuantitatif.” (Mulyana, 2004:150)

Untuk meneliti fenomena ini menggunakan pendekatan kualitatif studi fenomenologi (*phenomenology*) yaitu penelitian yang dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena yang sedang terjadi di masyarakat saat ini.

Alasan menggunakan kualitatif dalam penelitian ini adalah:

Konstruksi makna *social climber* pada media sosial *Instagram* Bersifat objektif sebagaimana dilihat dari antusias pengguna bermain *Instagram*.

Motif remaja melakukan *Social Climber* pada kelompok alum SMA Negeri 25 Bandung.

Proses penarikan sampel bersifat purposif.

1.3.1 Pendekatan Penelitian Studi Fenomenologi

Dalam pandangan fenomenologi, peneliti berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang biasa dalam situasi-situasi tertentu. Sosiologi fenomenologi pada dasarnya sangat dipengaruhi oleh filsuf Edmun Husserl dan Alfred Schutz. Fenomenologi tidak berasumsi bahwa peneliti tidak mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang diteliti oleh mereka. Inkuiri fenomenologis dimulai dengan dia.

Diam merupakan tindakan untuk menangkap pengertian sesuatu yang

sedang diteliti. Yang ditekankan oleh fenomenologi ialah aspek subjektif dari perilaku orang. Mereka masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang ditelitinya sedemikian rupa sehingga mereka mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh mereka di sekitar peristiwa dalam kehidupannya sehari-hari. Para fenomenolog percaya bahwa makhluk hidup memiliki berbagai cara untuk menginterpretasikan pengalaman melalui interaksi dengan orang lain, dan bahwa pengertian pengalaman kita yang membentuk kenyataan.

Menurut Lexy Moeleng Penelitian Studi Fenomenologi adalah:

“Peneliti kualitatif cenderung berorientasi fenomenologi, namun sebagian besar di antaranya tidak radikal, tetapi pandangannya idealis. Mereka memberi tekanan pada segi subjektif, tetapi mereka tidak perlu menolak kenyataan adanya tempat “di tempat sana”. Artinya, mereka tidak perlu mendesak atau menentang pandangan orang yang mampu menolak tindakan itu. Sebagai gambaran, misalnya guru mungkin percaya bahwa ia dapat berjalan menembus dinding bata, tetapi untuk mencapainya memerlukan pemikiran. Peneliti kualitatif menekankan berpikir subjektif karena sebagai yang mereka lihat, dunia di dominasi oleh objek yang keras dibandingkan dengan batu. Manusia kurang lebih sama dengan “mesin kecil” yang dapat melakukan sesuatu. Kita hidup dalam imajinasi kita, lebih banyak berlatar belakang simbolik dari pada konkret.” (Moloeng, 2005:9-10)

Menurut Christine Daymon dan Immy Holloway Penelitian Studi Fenomenologi:

“Sebagai sebuah filosofis, fenomenologi adalah salah satu mencakup tradisi intelektual utama yang telah memengaruhi riset kualitatif. Poin kunci kekuatan fenomenologi terletak pada kemampuannya membantu peneliti memasuki bidang persepsi orang lain guna memandang kehidupan sebagaimana dilihat oleh orang-orang tersebut. Fenomenologi membantu anda memasuki sudut pandang orang lain, dan berupaya memahami mengapa mereka menjalani hidupnya dengan cara seperti itu. Fenomenologi bukan hanya memungkinkan anda untuk melihat dari perspektif partisipan; metode ini juga menawarkan semacam cara untuk memahami kerangka yang

tekah dikembangkan oleh tiap-tiap individu, dari waktu ke waktu, hingga membentuk tanggapan mereka terhadap peristiwa dan pengalaman dalam kehidupannya.” (Daymon dan Holloway, 2008:228)

Sifat-sifat dasar penelitian kualitatif yang relevan menggambarkan posisi metodologis fenomenologi dan yang membedakannya dengan metode-metode penelitian kualitatif lainnya, yaitu sebagai berikut:

1. Menggali nilai-nilai dalam pengalaman dan kehidupan manusia;
2. Fokus penelitiannya adalah seluruh bagian, bukan per bagian yang membentuk keseluruhan;
3. Tujuan penelitiannya adalah menemukan makna dan hakekat dari pengalaman, bukan sekadar mencari penjelasan atau mencari 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 yang dibuat merefleksikan kepentingan, keterlibatan, dan komitmen pribadi bagi peneliti;
7. Melihat pengalaman dan perilaku sebagai suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, baik itu kesatuan antara subjek dan objek, maupun antara bagian dan keseluruhannya.” (Kuswarno, 2009:36-37)

Menurut Orleans yang dikutip oleh Dimiyati Mujiono Penelitian Studi Fenomenologi adalah:

“Fenomenologi adalah instrument untuk memahami lebih jauh hubungan

antara kesadaran individu dan kehidupan sosialnya. Fenomenologi berupaya mengungkap bagaimana aksi sosial, situasi sosial, dan masyarakat sebagai produk kesadaran manusia. Fenomenologi menekankan bahwa keunikan spirit manusia membutuhkan beberapa metode khusus sehingga seseorang mampu memahaminya secara autentik.” (Dimiyati, 2000:70)

1.3.2.1 Penentuan Sumber Data Penelitian

1. Pemilihan informan dilakukan dengan strategi *purposive*.
2. Strategi ini menghendaki informan dipilih berdasarkan pertimbangan peneliti dengan tujuan tertentu.
3. Dijadikan informan dengan pertimbangan bahwa merekalah yang paling mengetahui informasi yang akan diteliti. Informan dalam penelitian ini adalah pengguna akun *Instagram* di Kelompok Alumni SMA Negeri 25 Bandung.

1.3.2.2 Proses Pendekatan Terhadap Informan

Proses pendekatan terhadap informan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Pendekatan struktural, dimana peneliti melakukan kontak guna meminta izin kesediaannya untuk diteliti dan bertemu di tempat yang nyaman seperti ruang kafe untuk melakukan wawancara dengan informan.
2. Pendekatan personal (*rapport*), dimana peneliti menggunakan sahabat-sahabat dan orang terdekat peneliti yang merupakan *social climber* yang akan dijadikan sebagai informan kunci.

1.3.3 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

1.3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini difokuskan tepatnya pada Penelitian ini difokuskan tepatnya pada pengguna akun media sosial *Instagram* di kelompok Alumni SMA Negeri 25 Bandung. Persepsi tentang makna *social climber*, pemaknaan pengakuan sosial, pemaknaan pengguna akun sosial media *Instagram*.

1.3.3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan selama 9 (Sembilan) bulan yaitu dimulai dari Maret 2018 sampai dengan November 2018, seperti terlihat pada tabel berikut

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Jadwal Kegiatan Penelitian Tahun 2018								
		Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	sept	Okt	Nov
1	Observasi Awal	X								
2	Penyusunan Proposal Skripsi		X							
3	Bimbingan Proposal Skripsi				X	X	X			
4	Seminar Proposal Skripsi						X			
5	Perbaikan Proposal Skripsi						X			
6	Pelaksanaan Penelitian						X			

7	Analisis Data							X		
8	Penulisan Laporan							X		
9	Konsultasi							X		
10	Seminar Draft Skripsi							X		
11	Sidang Skripsi							X		
12	Perbaikan Skripsi								X	

1.3.4. Teknik Pengumpulan Data

Creswell mengemukakan tiga teknik utama pengumpulan data yang dapat digunakan dalam studi komunikasi antarpribadi: partisipan observer, wawancara mendalam dan telaah dokumen (Kuswarno,2009:47). Menurut Creswell yang dikutip oleh Engkus Kusworo Teknik Pengumpulan data ialah, peneliti dalam pengumpulan data melakukan proses observasi seperti yang disarankan oleh Creswell, sebagai berikut:

1. Memasuki tempat yang akan diobservasi, hal ini membantu peneliti untuk mendapatkan banyak data dan informasi yang diperlukan.
2. Memasuki tempat penelitian secara perlahan-lahan untuk mengenali lingkungan penelitian, kemudian mencatat seperlunya.
3. Di tempat penelitian, peneliti berusaha mengenali apa dan siapa yang akan diamati, kapan dan dimana, serta berapa lama akan melakukan observasi.

4. Peneliti menempatkan diri sebagai peneliti, bukan sebagai informan atau subjek penelitian, meskipun observasinya bersifat partisipan.
5. Peneliti menggunakan pola pengamatan beragam guna memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang keberadaan tempat penelitian.
6. Tidak semua hal yang direkam, tetapi peneliti mempertimbangkan apa saja yang akan direkam.
7. Peneliti tidak melakukan intervensi terhadap partisipan, tetapi cenderung pasif dan membiarkan partisipan yang mengungkapkan perspektif sendiri secara lepas dan bebas.
8. Setelah selesai observasi, peneliti segera keluar dari lapangan kemudian menyusun hasil observasi, supaya tidak lupa.

Teknik di atas peneliti lakukan sepanjang observasi, baik pada awal observasi maupun pada observasi lanjutan dengan sejumlah informan. Teknik ini digunakan peneliti sebagai alat pengumpulan data selain wawancara mendalam.”

(Kuswarno, 2009:10)

1.3.4.1 Teknik Observasi Terlibat

Teknik ini digunakan untuk memperoleh pengetahuan yang tidak terbahasakan yang tidak didapat hanya dari wawancara. Seperti yang dinyatakan Denzin (dalam Mulyana, 2006: 163), pengamatan berperan serta adalah strategi lapangan yang secara simultan memadukan analisis dokumen, wawancara, partisipasi dan observasi langsung sekaligus dengan introspeksi. Sehubungan dengan hal ini, maka dalam penelitian lapangan peneliti turut terlibat langsung ke

dalam berbagai aktivitas komunikasi secara *online* yang dilakukan oleh pengguna akun media sosial *Instagram* di SMAN 25 Bandung.

Peneliti berada satu lingkungan yaitu kelompok alumni SMAN 25 Bandung untuk melihat dari dekat atau mengamati secara langsung bagaimana pengguna akun *Instagram* melakukan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari ketika mempersepsi media sosial *Instagram*, memaknai *social climber* di media sosial *Instagram*, memaknai gaya *social climber* di media sosial *Instagram*. Melalui teknik observasi terlibat ini, peneliti berupaya untuk masuk dalam komunikasi pengguna akun media sosial *Instagram* untuk dapat mengetahui secara pasti logika subjektif seperti apakah makna *social climber* di media sosial *Instagram*. Berkenaan dengan hal ini, peneliti telah berupaya untuk menempatkan diri sebatas di belakang layar atau tidak menonjolkan diri dalam situasi tertentu.

Peneliti menganggap hal ini sangat penting dilakukan dengan maksud agar dengan posisi yang demikian, peneliti tetap memiliki peluang untuk secara lebih leluasa mencermati situasi yang berkembang, saat mereka selesai berkomunikasi, peneliti meminta waktu mengajukan pertanyaan-pertanyaan terkait untuk kepentingan analisis.

1.3.4.2 Teknik Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan dengan tujuan mengumpulkan keterangan atau data mengenai objek penelitian yaitu komunikasi informan dalam kegiatannya bermain media sosial *Instagram*. Wawancara mendalam bersifat terbuka dan tidak terstruktur serta tidak formal. Sifat terbuka dan terstruktur ini

maksudnya adalah pertanyaan-pertanyaan dalam wawancara tidak bersifat kaku, namun bisa mengalami perubahan sesuai situasi dan kondisi dilapangan (fleksibel) dan ini hanya digunakan sebagai *guidance*. Langkah-langkah umum yang digunakan peneliti dalam proses observasi dan juga wawancara adalah sebagai berikut:

1. Peneliti memasuki tempat penelitian dan melakukan pengamatan pada pengguna akun *Instagram* yang sudah dihubungi.
2. Setiap berbaur di tempat penelitian, peneliti selalu mengupayakan untuk mencatat apa pun yang berhubungan dengan fokus penelitian.
3. Di tempat penelitian, peneliti juga berusaha mengenali segala sesuatu yang ada kaitannya dengan konteks penelitian ini, yakni seputar realitas *social climber* dalam ekspetasi pengakuan sosial.
4. Peneliti juga membuat kesepakatan dengan sejumlah informan untuk melakukan dialog atau diskusi terkait konstruksi makna *social climber* dalam ekspetasi social di media sosial *Instagram* dan juga segala yang berhubungan dengan *social climber*.
5. Peneliti berusaha menggali selengkap mungkin informasi yang diperlukan terkait dengan fokus penelitian ini.

1.3.5. Teknik Analisis Data

Analisis data kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (1982) yang dikutip Lexy J. Moelong merupakan upaya mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan

pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, 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 data rekaman ke dalam bentuk skripsi dan menerjemahkan hasil transkripsi.

Tahap II : Kategorisasi

Pada tahap ini, peneliti melakukan klasifikasi 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. Sejumlah data, terutama data yang berhubungan gaya hidup remaja *social climber* di kelompok alumni SMA Negeri 25 Bandung dan juga segala yang berhubungan dengan gaya hidup remaja.

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. (Moleong, 2005:248)

1.3.6. Validitas Data

Guna mengatasi penyimpangan dalam menggali, mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data hasil penelitian, peneliti melakukan teknik triangulasi untuk mencapai validitas data yaitu:

1. **Triangulasi Data:**

Salah satu teknik untuk memperoleh data yang valid dalam penelitian, banyak hal yang memengaruhi perolehan data yang valid seperti ketepatan teknik pengumpulan data, kesesuaian informan, cara melakukan wawancara dan observasi.

2. **Triangulasi Metode:**

Mencocokkan informasi yang diperoleh dari satu teknik pengumpulan data (wawancara mendalam) dengan teknik observasi berperan serta. Penggunaan teori aplikatif juga merupakan atau bisa dianggap sebagai triangulasi metode, teknik triangulasi dapat berarti adanya informan-informan yang berbeda atau adanya sumber data yang berbeda mengenai sesuatu.

Triangulasi dilakukan untuk memperkuat data untuk membuat peneliti yakin terhadap kebenaran dan kelengkapan data. (Afrizal, 2017:168).