

## RINGKASAN

Studi ini mengkaji dan memahami perilaku membaca untuk kesenangan (*reading for pleasure*) di kalangan remaja urban sebagai bagian dari kegiatan mengisi waktu luang dan sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat modern, khususnya dari perspektif *Cultural Studies*.

Perilaku membaca untuk kesenangan ini, penting diteliti lebih mendalam karena aktivitas ini sesungguhnya bukan sekadar aktivitas yang hanya mengedepankan kesenangan dan tidak memberikan dampak yang signifikan bagi upaya pengembangan kualitas sumber daya manusia. Tetapi, sebagai bagian dari *literacy*, membaca sesungguhnya adalah aspek penting untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Keberhasilan membangun masyarakat yang gemar membaca (*reading society*) merupakan kunci untuk meningkatkan *literacy rate* sebagai indikator *Human Development Index*.

Secara garis besar, beberapa masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah: (1) Bagaimanakah gaya hidup dan pemanfaatan waktu luang yang dilakukan remaja urban untuk aktivitas membaca yang menyenangkan (*reading for pleasure*)?(2) Bagaimanakah perilaku adiktif yang dikembangkan oleh remaja urban dalam aktivitas membaca untuk kesenangan serta kaitannya dengan proses komodifikasi budaya? (3) Dari pengalaman membaca (*experience reading*) yang selama ini dilakukan remaja urban, unsur-unsur apa sajakah dalam bacaan yang menjadi daya tarik dan mendorong tumbuhnya perilaku membaca yang adiktif di kalangan remaja urban? (4) Bagaimanakah perilaku konsumsi sinergistik (*synergistic consumption*) yang dilakukan remaja urban berkaitan dengan bacaan yang digemari dan tawaran produk-produk budaya populer lainnya (*merchandise*)? (5) Bagaimanakah perkembangan budaya massa, terutama iklan berperan dalam menumbuhkan perilaku membaca untuk kesenangan di kalangan remaja urban?

Penelitian ini mengkaji perilaku membaca untuk kesenangan dari perspektif *Cultural Studies* dengan menekankan arti penting *meaning* (Alasuutari, 1995: 26). Dalam studi ini telah dilakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) kepada para remaja urban, dan *peer-groupnya* untuk memperoleh informasi tentang hasrat mereka dalam membaca, bagaimana mereka memaknai kegiatan membaca untuk kesenangan, dan untuk memahami sejauhmana sebenarnya produk dan industri budaya di bidang penerbitan telah mengkonstruksi selera dan cita rasa remaja dalam memilih bacaan dan melahirkan perilaku adiktif dalam membaca, termasuk perilaku konsumsi sinergitasnya. Di dalam penelitian ini, wawancara mendalam dilakukan pada 10 informan kunci sebagaimana telah dipilih selama dilakukan survei kualitatif terbatas, ditambah 27 informan lain yang diperoleh dari hasil rekomendasi informan kunci. Analisis dan interpretasi data dilakukan dengan cara membandingkan temuan data yang diperoleh dengan berbagai studi dan kajian-kajian yang telah dilakukan sebelumnya. Di samping juga memetakan posisi temuan dan sumbangan konseptual studi ini dalam konstelasi perkembangan teori *Cultural Studies*.

Studi ini telah berhasil memetakan situasi problematik yang timbul berkaitan dengan perkembangan industri budaya, gaya hidup dan perilaku membaca untuk kesenangan di kalangan remaja urban. Berbeda dengan pandangan Mazhab Frankfurt dan teori Postmodern yang melihat kekuatan industri budaya dan pengaruh kapitalisme yang begitu dominan dan menghegemoni selera serta cita rasa konsumen, studi ini menemukan

bahwa di balik berbagai tekanan dan tawaran menarik yang dilakukan industri budaya lewat media massa, ternyata remaja urban masih memiliki kebebasan dan ruang untuk menafsirkan sendiri kemauan, kebutuhan dan bahkan hasrat mereka pada bacaan yang disukai. Sebagai remaja yang termasuk pembaca yang riil-adiktif, mereka bukan saja mampu berperan aktif menciptakan dan membangun waktu luang menurut persepsi mereka sendiri, tetapi juga mampu memilih bacaan menurut selera mereka sendiri. Bahkan, pilihan selera mereka pada bacaan mampu menjadi pilihan alternatif selera yang bisa ditawarkan pada anggota *peer-group*nya di luar selera yang ditawarkan kekuatan industri budaya.

Secara teoritis, industri budaya di bidang penerbitan, memang di satu sisi selalu berusaha untuk meng-inkorporasi pembaca sebagai komoditi konsumen, tetapi studi ini membuktikan bahwa pembaca ternyata juga meng-ekskorporasi teks untuk tujuannya sendiri. Bacaan sebagai produk industri budaya, sesungguhnya senantiasa terlibat dalam perjuangan antara penyeragaman (homogenisasi) dan keragaman (heterogenisasi), atau antara konsensus dan konflik. Dalam hal ini, bacaan sebagai bagian dari produk budaya populer layaknyanya sebuah lapangan perang semiotik antara sarana inkorporasi dan sarana resistensi, antara perangkat makna, kesenangan dan identitas sosial yang diberlakukan dengan yang sudah ada. Ia merupakan hubungan konflik sarana penyeragaman yang selalu menemui resistensi keragaman (\*).

