

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Para kolektor *action figure* mempunyai beberapa tujuan dalam perilaku penemuan informasi. Yang pertama adalah karena pemenuhan informasi yang berkaitan dengan hobi mereka, yaitu mengkoleksi *action figure*. Seperti contohnya adalah informasi mengenai cara merawat koleksi dengan bahan dasar tertentu. Dalam menemukan informasi tersebut, para kolektor dapat mencarinya di beberapa website menggunakan mesin pencari seperti Google. Yang kedua, perilaku penemuan informasi para kolektor disebabkan karena adanya pengaruh dari lingkungan sosio-cultural. Adanya pengaruh dari lingkungan seperti misalnya ada anggota keluarga yang juga mempunyai hobi dengan mengkoleksi *action figure*, dapat mempengaruhi dan memacu mereka untuk menemukan informasi mengenai *action figure*. Lingkungan seperti ini yang memiliki peran untuk mempengaruhi kolektor dalam menemukan sumber informasi yang digunakan untuk mencari informasi terkait hobi mereka (Savolainen dalam Fisher, 2006).

Pada era informasi seperti saat ini, perilaku pencarian informasi masyarakat semakin dimudahkan dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat. Informasi yang dibutuhkan tersebar dalam berbagai media baik itu cetak maupun digital seperti jurnal ataupun website. Kebutuhan akan sebuah informasi pun tidak terbatas hanya pada bidang seperti pekerjaan (work), namun juga hobi (nonwork) yang dimiliki setiap individu (Savolainen, 1995). Penelitian yang dilakukan oleh Aji (2015) ialah tentang perilaku pencarian informasi pada komunitas pelancong mandiri atau *backpacker*. Hasil dari penelitian tersebut adalah sebanyak 69% anggota komunitas *backpacker* lebih memilih media non cetak sebagai sumber informasi yang mereka gunakan. Dengan menggunakan komputer atau gadget seperti smartphone yang terkoneksi dengan internet menyebabkan akses yang mudah serta informasi yang selalu terbaharui atau up to date. Informasi yang dicari

biasanya adalah tentang tujuan wisata dan *review* atau ulasan pembahasan tentang tujuan wisata tersebut. Perlengkapan terkait hobi backpacker juga menjadi informasi yang biasanya dicari oleh komunitas tersebut. Media cetak juga menjadi salah satu media sumber informasi bagi komunitas tersebut namun hanya media cetak yang memiliki integritas dan reputasi seperti majalah National Geographic. Kemudian sebanyak 68% responden memilih menggunakan keduanya, media cetak dan media non cetak. Alasannya adalah media cetak seperti National Geographic memiliki informasi yang terpercaya karena memang sudah diakui di mata dunia. Sedangkan media non cetak hanya digunakan untuk mengisi waktu luang saja.

Bagi para kolektor *action figure*, kebutuhan sumber informasi yang berkaitan dengan hobinya akan mempengaruhi kebiasaan dalam menentukan sumber informasi mana yang akan digunakan dan ini merupakan contoh dari penguasaan hidup atau *mastery of life*. Dalam mencari sumber informasi tentang cara merawat koleksi *action figure*, sudah banyak sumber informasi terpercaya yang dapat dirujuk. Bisa dengan sharing informasi antar sesama anggota komunitas atau melakukan pencarian di beberapa website yang membahas tentang *action figure*. Ketika melakukan pencarian pula, kolektor akan mendapatkan pengetahuan dan kepuasan ketika informasi yang dicari sesuai dengan kriteria yang diinginkan. Hal ini juga menimbulkan adanya pengalaman kolektor dalam melakukan pencarian informasi pada sumber informasi tertentu sehingga ia menjadi terbiasa karena sumber informasi tersebut dapat mengatasi permasalahan yang ada karena informasi yang dibutuhkan sesuai dengan apa yang diinginkan (Savolainen, 1995).

Mainan pada mulanya berbahan dasar dari alam sekitar seperti batu, batang pohon ataupun daunnya. Seiring berkembangnya jaman, bahan dasar serta bentuk mainan sendiri berkembang pesat. Sejalan dengan hal tersebut, pembuatan mainan berubah menggunakan mesin dan terciptanya produksi massal secara besar-besaran dan berakhir dengan munculnya perusahaan-perusahaan besar yang memproduksi mainan dalam skala global. Menurut data dari International Council of Toys Industries (ICTI), pada tahun 2017, penjualan mainan di Amerika Serikat, yang merupakan pasar mainan terbesar di dunia, meningkat sebesar 1 persen pada 20

miliar dolar. Meksiko menjadi negara dengan pertumbuhan penjualan mainan paling tinggi di dunia dengan kenaikan sebesar 12 persen. Secara global, pada tahun 2017, pertumbuhan pasar mainan meningkat menjadi 14 persen. Di Indonesia, impor mainan untuk setiap tahunnya mencapai 2 miliar rupiah.

Melihat data tersebut, mainan tidak bisa lagi dipandang sebelah mata. Mainan telah menjelma sebagai salah satu komoditas yang menjanjikan baik itu di dalam maupun di luar negeri. Berbagai jenis mainan dengan model dan bahan dasar yang berbeda-beda di produksi untuk mendukung aktivitas bermain yang dilakukan oleh anak-anak. Mulai dari mainan tradisional seperti congklak hingga mainan modern seperti lego balok ataupun *action figure*.

Sejak kecil kita telah dikenalkan dengan aktivitas bermain. Saat bermain, manusia menggunakan imajinasi yang mereka punya dan menuangkannya ke dalam mainan. Saat bermain robot contohnya, seseorang anak berimajinasi bahwa robot yang dimainkannya itu sedang bertempur membela kebenaran melawan seekor monster buas yang ingin menghancurkan dunia. Begitupun saat bermain menggunakan mobil atau bus mainan, seakan-akan sedang mengendarai kendaraan tersebut mengelilingi kota. Namun, untuk melakukan aktivitas bermain memang tidak selalu membutuhkan sebuah alat atau mainan. Permainan *petak umpet* contohnya, tidak membutuhkan sebuah alat sebagai syarat dari berjalannya permainan. Begitu pula dengan permainan *tebak-tebakan*, tidak ada alat khusus yang wajib dimiliki agar permainan dapat berjalan. Aktivitas bermain tidak dapat dilepaskan dari kehidupan sehari-hari seorang manusia. Bermain telah menjadi bagian dalam diri seorang manusia. Bermain menjadi semacam kebutuhan bagi seorang manusia.

Bermain bertujuan untuk menghasilkan perasaan senang dan bahagia dari orang yang melakukannya. Bermain mungkin hanya pantas dilakukan oleh anak kecil, namun jika kesenangan merupakan suatu akhir yang ingin kita cari, maka bermain merupakan salah satu jalan tercepat yang dapat dilakukan untuk meraihnya. Setiap profesi, karier, pekerjaan, usaha, atau bisnis yang dijalani dan lakukan oleh seseorang adalah aktivitas kreatif. Oleh karenanya, berusaha untuk

selalu berada dalam kondisi bermain merupakan hal yang penting bagi semua aktivitas kreatif yang dilakukan oleh orang dewasa, karena dengan bermain, kreativitas seseorang akan mencapai puncak dari kinerjanya (Brown dalam Sopa, 2011).

Mainan seringkali di identikkan dengan barang yang hanya diperuntukkan bagi anak kecil saja. Namun, seiring dengan berjalannya waktu, mainan yang pada mulanya identik dengan anak-anak mulai disenangi oleh kalangan dewasa. Salah satu yang sangat diminati kalangan dewasa adalah *action figure* dan miniatur mobil. Bahkan saat ini banyak masyarakat kalangan dewasa yang mempunyai hobi mengkoleksi *action figure*. Bermain menggunakan mainan menjadi salah satu cara untuk mendapat kesenangan. Oleh karena itu, saat ini sudah banyak orang dewasa yang bahkan rela untuk mengeluarkan dana yang cukup besar untuk membeli mainan dan kemudian di jadikan sebagai bahan koleksi. Untuk mendapatkan mainan pun bisa dengan berbagai cara yaitu membelinya langsung di toko mainan atau dengan membelinya secara daring. Membeli secara daring menjadi pilihan yang paling diminati ketika terhalang oleh jarak yang terlampau jauh antara penjual dan pembeli atau ketika toko mainan tersebut berada di luar negeri. Untuk mendapatkan mainan pun juga dapat dilakukan dengan membelinya ke sesama kolektor. Hal ini biasa terjadi apabila seseorang menginginkan mainan dengan edisi *lawas* atau yang sudah jarang di jual di toko mainan.

Di Indonesia, ada banyak toko mainan yang saat ini menjual berbagai jenis mainan, mulai dari mainan tradisional seperti *congklak*, *bekel*, *catur*, hingga mainan modern seperti *lego*, *hotwheels*, dan *action figure*. Dalam perkembangannya, mainan modern seperti *Barbie*, *Lego*, *Hotwheels*, dan *action figure* lebih banyak diminati masyarakat untuk dikoleksi. Toko-toko mainan pun menjamur tidak hanya dalam bentuk fisik seperti yang ada di pusat perbelanjaan seperti yang ada di *mall*, namun juga dalam bentuk *website*. Salah satu toko mainan di Indonesia yang cukup terkenal adalah Multi Toys Game. Toko mainan ini sudah membuka banyak cabang di beberapa kota di Indonesia seperti Jakarta, Bandung, dan Surabaya. Toko ini memiliki lisensi sebagai distributor untuk merek produsen terkenal seperti Bandai,

Good Smile Company, dan lain-lain. Saat ini, toko Multi Toys juga sudah membuka layanan dengan memasarkan produk yang mereka jual secara daring. Harga yang ditawarkan oleh toko ini pun bervariasi sesuai dengan kualitas produknya. Harga produknya berkisar mulai dari ratusan ribu rupiah hingga ada yang berharga jutaan rupiah untuk sebuah *action figure*.

Penelitian yang dilakukan oleh Ronyastra, Damar, dan Gunawan (2017), tentang perilaku konsumen daring pada Multi Toys N Game Surabaya menyatakan bahwa bagi kalangan awam, harga 1 juta rupiah untuk sebuah *action figure* tergolong mahal. Namun, selama produk yang ditawarkan memiliki kualitas tinggi yang sebanding dengan kualitasnya, mereka akan tetap membeli. Berkaitan dengan kualitas dari produk yang dijual, responden juga mengatakan bahwa *brand image* dari perusahaan terkait juga ikut mempengaruhi. Menurut mereka, perusahaan-perusahaan besar seperti Bandai dan Good Smile Company dapat memberikan bukti berupa kualitas yang baik dari produk maupun pelayanan. Selain itu, alasan responden untuk membeli *action figure* adalah berkaitan dengan hobi mereka yaitu mengkoleksi *action figure*. Data tersebut seolah membenarkan pernyataan bahwa bermain bertujuan untuk memberikan perasaan bahagia dan senang. Meskipun harga sebuah *action figure* tergolong mahal, namun tetap saja dibeli karena memiliki kualitas yang baik dan tentunya dapat memberikan kesenangan tersendiri kepada pembeli ketika memainkan mainan tersebut atau hanya sekedar di koleksi saja.

Meskipun dana yang dikeluarkan untuk mengkoleksi sebuah *action figure* tergolong relatif mahal, mengkoleksi jenis mainan tersebut ternyata juga dapat menghasilkan keuntungan secara finansial. Saat ini, mengkoleksi *action figure* tidak hanya dilakukan sebagai hobi semata, namun juga dapat dijadikan sebagai salah satu sumber penghasilan. Menurut data dari (hds/DES) detik.com, omzet penjualan dari salah satu kolektor *action figure* di Jakarta dapat mencapai puluhan juta rupiah per bulan. Barang yang terjual biasanya dipengaruhi oleh beberapa faktor yang terkait dengan karakter yang dibuat *action figure* nya. Salah satunya adalah pemutaran suatu film *superhero*. Pemutaran film tersebut akan ikut

mempengaruhi penjualan terhadap *action figure* karakter film tersebut. Peringatan hari jadi suatu karakter juga dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk membeli *action figure* dari karakter tersebut. Mainan-mainan tersebut tidak hanya sekedar dikoleksi saja, namun juga di jual kembali ke sesama kolektor *action figure*. Dari yang hanya sekedar hobi mengkoleksi bisa menjadi salah satu sumber penghasilan untuk biaya kehidupan sehari-hari. Adanya sebuah komunitas juga menjadi keuntungan tersendiri bagi kolektor yang ingin menjual koleksinya karena informasi terhadap produk yang dijual dapat di ketahui secara lebih luas dan mudah.

Di Indonesia sudah banyak bermunculan komunitas-komunitas pecinta mainan. Salah satunya adalah komunitas kolektor *action figure*. Komunitas *action figure* berisi anggota-anggota yang hobi mengkoleksi mainan dengan jenis *action figure* dari berbagai macam karakter atau hanya karakter tertentu saja. Salah satu komunitas *action figure* yang ada di Indonesia ialah Komunitas Action Figure Indonesia atau KAFI. Komunitas ini berisi para penggemar atau kolektor, penjual, pembuat dan custom (modifikasi) *action figure* se-Indonesia. Di daerah lainnya masih banyak komunitas pecinta *action figure* sesuai dengan karakter atau tokoh tertentu. Contohnya adalah Gundam Bandung Advance (GBA). Komunitas ini merupakan wadah bagi para penggemar gundam untuk saling berbagi informasi maupun tips seputar mainan *gundam*.

Berada dalam sebuah komunitas yang mempunyai hobi yang sama, pastinya tercipta sebuah *sharing* informasi tentang *action figure* yang para anggotanya ketahui. Dalam beberapa kesempatan seperti pertemuan rutin, tidak jarang juga digunakan sebagai kesempatan untuk memamerkan koleksi *action figure* yang dimiliki oleh para anggota komunitas tersebut. Dalam beberapa kesempatan, komunitas-komunitas tersebut menggelar sebuah *event* yang dapat dihadiri oleh masyarakat luas. Terselenggaranya *event* tersebut bisa digunakan untuk memamerkan koleksi yang dipunya, mulai dari koleksi biasa hingga koleksi yang tergolong langka atau koleksi *limited edition*. Acara tersebut juga bisa menjadi lahan bagi para penjual untuk menjual koleksi yang dimiliki kepada pengunjung.

Selain itu, pengunjung yang hadir juga mendapatkan kesempatan untuk menjadi anggota komunitas tersebut apabila tertarik untuk bergabung.

Dengan adanya suatu komunitas yang di dalamnya berisi anggota-anggota dengan memiliki ketertarikan yang sama terhadap suatu hal atau memiliki hobi yang sama, sharing informasi atau pertukaran informasi akan lebih mudah untuk dilakukan. Tanpa disadari atau tidak, salah satu faktor yang membuat terbentuknya komunitas tersebut adalah dengan membuat sharing informasi menjadi lebih mudah dan lebih bervariasi sumber informasinya. Adanya komunitas juga mempengaruhi perilaku informasi dan pemilihan sumber informasi bagi anggota komunitas tersebut (Savolainen, 1995).

Bergabung dengan sebuah komunitas akan lebih memudahkan para kolektor *action figure* untuk mengingat mainan tersebut juga memerlukan perawatan agar usia barang tersebut lebih lama. Cara merawatnya pun bisa dibilang membutuhkan sifat yang *telaten* dari sang pemilik. Hal ini dikarenakan bahan dasar pembuatan *action figure* bermacam-macam. Belum lagi ditambah unsur lain dalam *action figure* yang sengaja ditambahkan agar mainan tersebut benar-benar mirip dengan tokoh aslinya. Unsur-unsur yang ditambahkan itu juga menggunakan beberapa bahan dasar yang berbeda-beda sehingga perawatan terhadap mainan tersebut tidak dapat digeneralisir berdasarkan satu bahan dasar saja. Tidak berbeda dengan bahan koleksi di perpustakaan ataupun pusat arsip yang mana memiliki koleksi yang berbeda-beda sehingga membutuhkan perawatan berdasarkan bahan dasar dari koleksi tersebut. Selain tata cara juga perlu diperhatikan kapan waktu yang tepat untuk sekedar membersihkan koleksi *action figure* secara berkala.

Penelitian ini akan mencoba untuk mengetahui perilaku penemuan informasi pada kolektor *action figure*. Untuk itu, peneliti akan menelaah lebih lanjut modal utama kolektor *action figure* dalam melakukan pencarian informasi, faktor apa saja yang melatar belakangi adanya penemuan informasi di kalangan kolektor *action figure*, serta bagaimana perilaku kolektor *action figure* dalam menemukan informasi yang dibutuhkan berkaitan dengan hobi mereka yaitu mengkoleksi mainan *action figure*.

I.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja modal utama yang dimiliki oleh kolektor *action figure* dalam menemukan informasi?
2. Apa saja faktor yang melatar belakangi kolektor *action figure* dalam menemukan informasi?
3. Bagaimana perilaku kolektor *action figure* dalam menemukan informasi yang dibutuhkan?

I.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui modal utama yang dimiliki oleh kolektor *action figure* dalam menemukan informasi.
2. Untuk mengetahui faktor yang melatar belakangi kolektor *action figure* dalam menemukan informasi.
3. Untuk mengetahui perilaku kolektor *action figure* dalam menemukan informasi yang dibutuhkan.

I.4 Manfaat

I.4.1 Manfaat Akademis

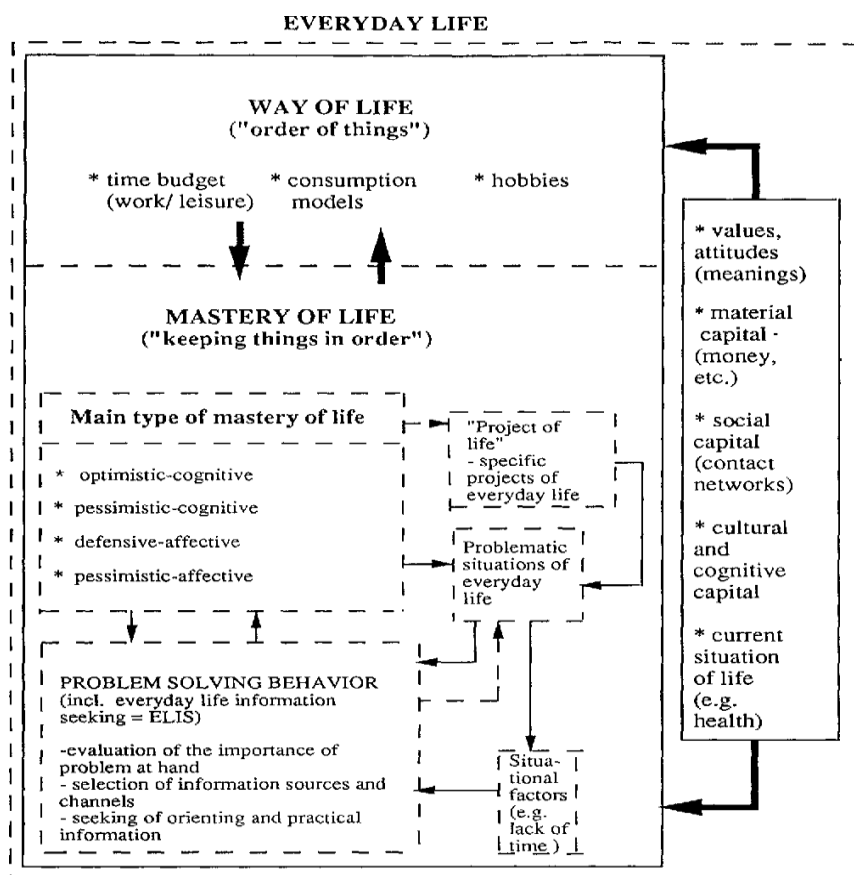
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmu untuk memperkaya kajian keilmuan di bidang perilaku informasi pada program studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan yang membahas perilaku individu atau kelompok dalam melakukan pencarian informasi di luar pekerjaan utama yang dilakukan atau hobi (nonwork).

I.5 Landasan Teori

Penelitian ini menggunakan teori Everyday Life Information Seeking (ELIS) yang dikemukakan oleh Reijo Savolainen. Model penemuan informasi ini mengupas tentang penemuan informasi dalam konteks cara hidup (way of life). Teori ELIS tidak hanya menekankan pada pencarian informasi yang berhubungan

dengan pekerjaan utama seseorang (work), namun juga hal-hal di luar pekerjaan utama seseorang (nonwork) seperti hobi, sehingga teori ELIS ini sesuai dengan penelitian ini yang mana meneliti tentang perilaku penemuan informasi di kalangan kolektor *action figure*.

I.5.1 Everyday Life Information Seeking



Gambar I.1 Diagram ELIS (Everyday Life Information Seeking)

Dalam jurnal berjudul *Everyday Life of Information Seeking: Approaching Information in the Context of "Way of Life"* yang diterbitkan pada tahun 1995, Reijo Savolainen mencetuskan teori Everyday Life Information Seeking (ELIS). Teori ini menggunakan kerangka berpikir yang terinspirasi dari teori Habitus yang dikembangkan oleh Pierre Bourdieu. Teori habitus mengambil latar belakang dari konsep penemuan informasi sebagai sebuah komponen alami dalam kehidupan sehari-hari (Savolainen, 1995). Pemikiran, persepsi, evaluasi, dan internalisasi diri

seorang individu ditentukan secara sosial dan budaya (Bourdieu dalam Savolainen, 1995). Hal ini memberikan gambaran umum bahwa kelompok masyarakat tertentu akan mempengaruhi pilihan yang dibuat seorang individu dalam kehidupan sehari-hari dengan indikasi pilihan yang dibuat individu terjadi secara natural atau memang diinginkan oleh seorang individu. Kultur yang dibangun dari konsep habitus disusun berdasarkan faktor individual atau modal dasar dalam penemuan informasi yaitu nilai-nilai yang dianut (*values, attitude*), modal material (*material capital*), modal sosial (*sosial capital*), modal budaya dan kognitif (*cultural and cognitive capital*) serta kondisi terkini dari kehidupan (*current situation of life*). Faktor-faktor tersebut dianggap sebagai modal dasar atau utama dalam melakukan penemuan informasi. Dalam konsep habitus, kultur lingkungan masyarakat dapat dikatakan sebagai sebuah arena. Arena tersebut disusun oleh faktor-faktor individual. Arena dalam konteks teori habitus dapat diartikan sebagai sebuah komunitas yang mana dalam komunitas tersebut, masing-masing anggotanya memiliki faktor-faktor individual yang mendasari mereka saat bergabung dengan komunitas.

Dalam studi yang dilakukan Savolainen (1995), konsep dari teori habitus dirasa masih terlalu abstrak sehingga dalam studi ini Savolainen mencetuskan suatu konsep *way of life* atau cara hidup untuk menggambarkan secara praktis manifestasi dari habitus. *Way of life* bersama dengan konsep *mastery of life* atau penguasaan hidup, saling berhubungan menjadi konteks dasar dari teori ELIS, sehingga dari konteks ini dapat diketahui bagaimana seorang individu memecahkan masalahnya dalam menemukan informasi di kehidupan sehari-harinya.

Konsep cara hidup dalam teori ELIS mengacu pada *order of things* atau urutan hal-hal yang mana dibuat oleh individu dalam kehidupan sehari-hari. *Things* merupakan segala aktivitas yang dilakukan oleh individu dalam dunia kesehariannya, tidak hanya aktivitas seperti pekerjaan utama yang dilakukan, namun juga pekerjaan lainnya. Salah satunya adalah hobi. Sedangkan *order* merupakan preferensi yang dihasilkan dari aktivitas yang dilakukan individu berupa *order* objektif dan subjektif. *Order* objektif ialah lama waktu seorang individu

dalam menjalankan pekerjaan utamanya yang mana akan menentukan waktu luang seorang individu. sedangkan order subjektif adalah cara dari seorang individu menggunakan waktu luangnya. Dalam konsep way of life, terdapat tiga aspek yang mempengaruhi cara hidup, yaitu *time budget*, *consumption model*, dan *hobbies*.

Time budget atau anggaran waktu merupakan hubungan antara waktu bekerja dengan waktu rekreasi. Dari struktur *time budget*, kita dapat mengetahui proporsi waktu yang di habiskan untuk bekerja dan juga melakukan aktivitas rekreasi seperti hobi, contohnya yaitu olahraga, menonton televisi ataupun membaca buku. Analisis pada model konsumsi (*consumption model*) menunjukkan berapa banyak biaya atau uang yang kita keluarkan pada beberapa barang yang bagus atau pada layanan-layanan yang kita inginkan seperti misalnya tiket pertandingan sepak bola atau sebuah buku. Analisis pada aspek hobi memberikan kita pemahaman terhadap substansi dari konsep *way of life* itu sendiri. Sifat alami dari hobi adalah sebuah kegiatan dimana seseorang menemukan banyaknya kenyamanan yang dia rasakan saat melakukan hobi tersebut. Analisis pada aspek hobi tersebut juga mengungkapkan peran dari ketertarikan terhadap informasi, seperti contohnya adalah saat kita membaca koran yang penuh dengan informasi (Savolainen, 1995).

Konsep penguasaan hidup bisa dikatakan mengacu pada *keeping things in order*. Maksudnya adalah menjaga urutan-urutan hal agar selalu terjaga keteraturannya. Menjaga urutan-urutan tersebut dimaksudkan untuk memunculkan suatu sifat atau karakteristik yang khas. Kekhasan ini benar-benar dibentuk jika dapat menjaga urutan-urutan hal tersebut. Hal ini dikarenakan dapat mempengaruhi cara hidup dan penguasaan hidup individu. Penguasaan hidup erat kaitannya dengan bagaimana seorang individu memecahkan masalah dalam kehidupan sehari-hari. Terdapat dua dimensi dalam *mastery of life*, *cognitive* versus *affective* dan *optimism* versus *pessimism*. Orientasi *cognitive* lebih kepada memecahkan masalah dengan menggunakan analisis dan sistematis, sedangkan *affective* lebih menggunakan pendekatan emosional. Orientasi dimensi yang kedua *optimism* dan *pessimism* menjelaskan bagaimana ekspektasi individu dalam menghadapi masalah. Kedua

dimensi tersebut kemudian dapat disilangkan satu sama lainnya menghasilkan 4 tipe penguasaan hidup yang berimplikasi pada perilaku pencarian informasi.

1. Optimistic-cognitive mastery of life

Pada tipe ini, individu percaya bahwa semua masalah dapat diselesaikan dengan fokus pada analisis yang mendetail. Individu tipe optimistic-cognitive memiliki rasa positif dan yakin semua masalah dapat dilalui dengan baik. Sikap yang ditampilkan pun penuh dengan rasa percaya terhadap kemampuan diri sendiri dan akan mendapatkan hasil yang positif.

2. Pessimistic-cognitive mastery of life

Pada tipe ini, individu akan merasa bahwa masalah yang dihadapi tidak akan bisa diselesaikan secara optimal. Individu pada tipe ini akan merasa ragu-ragu dan tidak percaya diri terhadap kemampuannya dalam menemukan informasi serta mencari solusi atas sebuah permasalahan dan cenderung untuk berpangku tangan meminta bantuan orang lain terlebih dahulu.

3. Defensive-affective mastery of life

Pada tipe ini, individu lebih dominan kepada sifat optimis dalam menghadapi masalah, dikarenakan memiliki konsep yang positif dalam kemampuan kognitifnya, meskipun tidak tertutup kemungkinan individu juga memiliki rasa pesimis meskipun tidak terlalu besar. Individu pada tipe ini tidak akan mudah menyerah apabila menemui suatu kendala dalam melakukan proses pencarian informasi yang dibutuhkan.

4. Pessimistic-affective mastery of life

Individu yang memiliki tipe seperti ini tidak mempunyai rasa optimis terhadap kemampuan dirinya dalam menghadapi masalah sehingga lebih memilih untuk mengadopsi strategi lain. Individu pada tipe ini cenderung mudah menyerah dengan apa yang mereka usahakan dalam melakukan pencarian informasi.

Penguasaan hidup akan sangat bermanfaat bagi individu dalam menyelesaikan masalah karena berkaitan dengan pengalaman yang pernah dialami sebelumnya. Hal ini berpengaruh kepada perilaku pencarian informasi seorang individu, bagaimana seorang individu mampu menemukan sumber informasi yang tepat atau menentukan sumber informasi mana yang akan digunakan. Seorang individu juga dapat menentukan sumber informasi mana yang memiliki tingkat keakuratan yang tinggi berdasarkan pengalaman dalam melakukan pencarian informasi sebelumnya. Sifat khas yang terbentuk pada diri individu akan mempengaruhi bagaimana individu menyelesaikan masalah dan dapat melakukan kegiatan penemuan informasi sesuai dengan kebutuhannya.

I.6 Definisi Konseptual

Berdasarkan pada teori ELIS, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku penemuan informasi seorang individu. Beberapa faktor yang dijadikan kerangka berpikir dalam penelitian ini yaitu, faktor individual, cara hidup (*way of life*), dan penguasaan hidup (*mastery of life*).

I.6.1 Faktor Individual

I.6.1.1 Meanings

Nilai yang berkembang di dalam suatu kelompok masyarakat akan mengatur seorang individu tentang bagaimana bersikap dan berperilaku sesuai dengan nilai-nilai yang berkembang. Nilai merupakan sesuatu yang dianggap berharga oleh masyarakat sehingga seorang individu diharapkan mampu mengedepankan nilai yang berkembang di masyarakat dalam aktivitas sehari-hari. Nilai yang ada dalam kelompok masyarakat yang satu dengan lainnya dapat berbeda-beda karena adanya perbedaan suatu budaya dan perkembangannya. Seperti halnya dalam komunitas *action figure*, terdapat nilai-nilai tersendiri dalam komunitas tersebut yang mana menganggap bahwa hobi mereka merupakan sesuatu yang berharga karena hobi tersebut adalah salah kebutuhan individual yang harus

terpenuhi. Mereka menganggap bahwa koleksi mainan mereka akan membawa kesenangan tersendiri.

I.6.1.2 Material Capital

Manusia memiliki kebutuhan primer, sekunder, dan tersier. Dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut, diperlukan adanya modal agar kebutuhan tersebut dapat terpenuhi. Modal materi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia sejak dahulu kala. Tanpa adanya kekuatan material, sulit rasanya mengharapkan kebutuhan-kebutuhan tersebut dapat terbenuhi secara optimal. Adanya dukungan materi menyebabkan individu dapat menjalani hobinya dengan baik. Seperti halnya para kolektor *action figure*, harga yang bervariasi, tempat penjualannya serta jumlah barang yang bervariasi berdasarkan kemauan penjual membuat dukungan modal akan sangat berarti bagi para kolektor. Harga sebuah *action figure* relatif mahal tergantung dari kualitas yang diberikan. Semakin banyak uang yang dimiliki, semakin besar pula peluang seorang kolektor untuk mendapatkan *action figure* dengan kualitas yang terbaik dan terjamin.

I.6.1.3 Social Capital

Lingkungan sosial tidak sedikit memberikan pengaruh kepada individu dalam berperilaku. Tidak hanya berperilaku, dalam hal pemikiran, pengambilan keputusan dan tentunya nilai dan norma yang tertanam dalam diri seorang individu dipengaruhi oleh lingkungan sosial yang ada disekitarnya. Begitu pula dengan para kolektor *action figure*, lingkungan sosial seperti keluarga dapat berpengaruh terhadap keputusan mereka memiliki hobi mengkoleksi mainan tersebut. Bisa jadi ada anggota keluarga lainnya yang memiliki hobi yang sama sehingga hobi tersebut menular kepada anggota keluarga yang lainnya.

I.6.1.4 Cultural and Cognitive Capital

Budaya dan pengetahuan memiliki pengaruh dalam menentukan perilaku seorang individu dalam hidup bermasyarakat. Budaya yang berkembang di masyarakat akan berpengaruh terhadap kebiasaan seorang individu. Misalnya

seperti budaya untuk selalu mendahulukan ibu hamil dan lansia dalam menggunakan transportasi umum. Pengetahuan yang dimiliki seorang individu akan sebuah nilai yang berkembang di masyarakat menyebabkan mereka mendahulukan ibu hamil dan lansia dalam menggunakan transportasi umum. Begitupula halnya dengan para kolektor *action figure*. Kerap kali mereka mengadakan event bertemakan *action figure* untuk memamerkan koleksi yang mereka punya atau sekedar *gathering* anggota komunitas karena ingin berbagai informasi antar sesama anggota.

I.6.1.5 Current Situation of Life

Kondisi kehidupan seorang individu atau kondisi lingkungan sekitar ikut mempengaruhi perilaku pencarian informasi mereka. Current situation of life juga dapat dimaknai sebagai kondisi terkini dari kehidupan yang terjadi disekitar kita atau apa yang sedang menjadi *trend* terkini di dunia. Bagi para kolektor *action figure*, kehadiran beberapa tokoh baru yang kemudian dibuat *action figure*nya menjadi sebuah daya tarik untuk dibahas dalam komunitas. Pemutaran film bergenre *superhero* yang marak terjadi beberapa tahun belakangan ini juga ikut mendongkrak keputusan individu untuk membeli produk *action figure* karakter film terkait.

I.6.2 Cara Hidup (Way of Life)

Dalam konsep way of life, seorang individu memiliki tiga faktor yang mempengaruhi cara hidupnya, yaitu *time budget*, *consumption model*, dan *hobbies*. Faktor pertama yaitu *time budget*, dimana waktu yang dimiliki oleh seorang individu mempengaruhi waktu yang digunakan untuk beraktivitas baik itu pekerjaan ataupun non pekerjaan. Waktu pekerjaan yang dimiliki akan mempengaruhi waktu dimana seorang individu menikmati waktu luangnya. Seorang kolektor *action figure* pastinya akan menyempatkan waktu untuk melakukan perawatan pada koleksi mainannya tersebut. Faktor yang kedua yaitu *consumption model*, adalah kebiasaan seorang individu untuk mendapatkan barang

dan jasa yang diinginkan. Kebiasaan ini sebagian besar dipengaruhi oleh materi yang dimiliki oleh seorang individu.

Seorang kolektor *action figure* akan senantiasa menunggu perkembangan terbaru terkait rilisnya karakter yang akan dibuat *action figure*nya sehingga para kolektor tidak akan kehabisan barang yang ingin dipesan dan dibeli. Faktor ketiga yaitu *hobbies* atau hobi, merupakan pilihan aktivitas yang disenangi atau digemari oleh seorang individu dalam mengisi waktu luang yang mereka punya. Para kolektor *action figure* pastinya akan menyempatkan waktu untuk bermain dengan koleksinya. Dengan berkembangnya media sosial saat ini seperti contohnya Instagram, para kolektor biasanya akan mengunggah foto koleksi *action figure* pada akun Instagram mereka.

I.6.3 Penguasaan Hidup (Mastery of Life)

Penguasaan hidup erat kaitannya dengan pemecahan masalah yang dilakukan oleh seorang individu sehingga mereka memiliki pengalaman dikemudian hari dalam menyelesaikan suatu masalah (Savolainen, 1995). Terdapat 4 tipe penguasaan hidup menurut teori ELIS yang mempengaruhi perilaku pencarian informasinya, yaitu :

1. Tipe Optimistic-cognitive

Timbulnya rasa percaya para kolektor akan kualitas sebuah sumber informasi menjadikan mereka memiliki pengalaman yang baik saat mengakses sumber informasi tersebut, misalnya seperti ada seorang anggota komunitas yang dianggap *expert*. dalam hal merawat koleksi *action figure*nya, sehingga anggota komunitas tersebut mempercayai informasi yang diberikan dari anggota yang sudah ahli tersebut.

2. Tipe Pessimistic-cognitive

Para kolektor yang masih minim pengalaman atau orang yang baru pertama kali mempunyai sebuah *action figure* biasanya memiliki pengetahuan yang minim pula terkait seluk beluk mainan tersebut

sehingga mereka tidak atau belum memiliki sumber pasti yang biasa digunakan untuk mencari informasi terkait koleksi mereka.

3. Tipe Defensive-affective

Sifat antisipatif yang selalu dimiliki seorang individu menyebabkan mereka selalu berjaga-jaga terkait permasalahan yang bisa jadi timbul di masa mendatang. Seorang kolektor *action figure* yang memiliki sifat ini akan selalu mencari informasi terkini terkait kebutuhan koleksinya, khususnya ada pada bagaimana atau perawatan apa yang paling terbaik bagi koleksinya sesuai dengan bahan dasar pembuatannya.

4. Tipe Pessimistic-affective

Seorang kolektor akan selalu menanyakan pendapat kolektor lainnya mengenai sumber informasi mana yang paling tepat digunakan untuk mencari informasi yang berkaitan dengan hobi mereka. Ini dilakukan semata-mata untuk mendapatkan strategi yang tepat dalam menyelesaikan masalah mereka.

I.7 Definisi Operasional

Beberapa konsep teori ELIS yang dapat di operasionalkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

I.7.1 Faktor Perilaku Penemuan Informasi

I.7.1.1 Meanings

- a. Alasan mengkoleksi *action figure*
- b. Genre asal karakter *action figure*

I.7.1.2 Material Capital

- a. Penghasilan/pendapatan
- b. Asumsi pengeluaran untuk koleksi *action figure*
- c. Jumlah *action figure* yang dimiliki

I.7.1.3 Social Capital

- a. Alasan mengikuti komunitas
- b. Hal yang ingin diperoleh dari bergabung dengan komunitas
- c. Sikap dalam menghadapi masalah

I.7.1.4 Cultural and Cognitive Capital

- a. Tingkat pendidikan
- b. Hambatan dalam mengkoleksi *action figure*
- c. Solusi mengatasi hambatan

I.7.1.5 Current Situation of Life

- a. Informasi terkini seputar *action figure* yang diikuti

I.7.2 Cara Hidup (Way of Life)

- a. Analisis Time Budget :
 - a. Pekerjaan dan durasi bekerja
 - b. Pembagian waktu individu (work/nonwork)
- b. Analisis consumption model :
 - a. Cara pemenuhan kebutuhan informasi terkait *action figure*
 - b. Alasan memilih sumber informasi terkait *action figure*
- c. Analisis hobbies :
 - a. Informasi terkait *action figure* yang disukai
 - b. Tujuan mencari informasi terkait *action figure*
 - c. Intensitas mencari informasi terkait *action figure*

I.7.3 Penguasaan Hidup (Mastery of Life)

- a. Strategi mencari informasi terkait *action figure*
- b. Usaha yang dilakukan untuk mengatasi masalah yang terkait dengan *action figure*
- c. Evaluasi masalah yang dialami
- d. Seleksi sumber informasi terkait *action figure*
 1. Jenis sumber informasi
 2. Alasan memilih sumber informasi
 3. Cara mendapatkan akses ke sumber informasi
 4. Intensitas mengakses sumber informasi

I.8 Metode Penelitian

I.8.1 Pendekatan dan Fokus Penelitian

Pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian tentang perilaku penemuan informasi di kalangan kolektor *action figure* ini bersifat deskriptif dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan perilaku penemuan informasi yang dilakukan oleh objek penelitian, bukan untuk membandingkan antar variabel yang akan diteliti. Penelitian ini juga bermaksud untuk menggambarkan kegiatan penemuan informasi dan media informasi yang digunakan dalam menemukan informasi pada komunitas.

I.8.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil tempat di wilayah Kota Surabaya. Alasan penelitian dilakukan di wilayah ini dikarenakan adanya beberapa faktor seperti adanya beberapa acara seperti pameran yang bertemakan *action figure* yang telah diselenggarakan di kota ini. Maraknya toko yang menjual *action figure* juga menjadi pertimbangan tersendiri bagi peneliti untuk mengambil lokasi penelitian di wilayah Kota Surabaya. Geliat para kolektor *action figure* dalam memamerkan koleksinya di berbagai media serta dibukanya ruang-ruang diskusi yang berkaitan

dengan *action figure* menjadi fenomena yang mana sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui gambaran perilaku penemuan informasi di kalangan kolektor *action figure*.

I.8.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

I.8.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah yang terdiri dari objek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010). Populasi dalam penelitian ini ialah kolektor *action figure* di Kota Surabaya. Hal ini sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui gambaran perilaku penemuan informasi di kalangan kolektor *action figure* dalam memenuhi kebutuhan akan suatu informasi untuk menunjang kegiatan hobinya.

I.8.3.2 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan total sampling. Total sampling merupakan teknik dalam pengambilan sampel dimana jumlah sampel sama dengan populasi (Sugiyono, 2007). Alasan peneliti menggunakan teknik ini adalah karena menurut Sugiyono (2007) jumlah populasi yang kurang dari 100, seluruh populasinya dijadikan sampel penelitian.

I.8.4 Teknik Pengambilan Data

1. Pengumpulan data primer

Data primer dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh langsung dari kolektor *action figure* di Kota Surabaya. Data dikumpulkan menggunakan kuisisioner yang berisi sejumlah pertanyaan yang diajukan peneliti kepada responden untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan peneliti.

2. Pengumpulan data sekunder

Peneliti melakukan observasi dengan melihat secara langsung perilaku informasi objek yang akan diteliti atau dalam hal ini adalah para kolektor *Action Figure* dan disertai pula dengan kondisi lingkungan sekitar objek penelitian. Hasil dari pengamatan ini akan digunakan untuk menjelaskan gambaran umum dari karakteristik objek penelitian.

I.9 Rencana Pengolahan dan Analisis

Proses pengolahan data atau biasa disebut juga proses pra-analisis memiliki beberapa tahap yaitu editing data, pengembangan variabel, pengkodean data, cek kesalahan, membuat struktur data, cek preanalisis komputer, dan tabulasi (Sarwono, 2006). Data yang telah diperoleh melalui angket yang disebar kepada responden kemudian diolah menggunakan aplikasi pengolah data statistik yang bernama SPSS versi 23.