

**SKRIPSI**

**Perilaku Penemuan Informasi pada Komunitas *K-Pop* “*Ever Lasting Friends (ELF)*” Surabaya**



**Disusun oleh:**

**Yeni Nur Taqwin**

**071411623015**

**DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**SURABAYA**

**2016**

**SKRIPSI**

**Perilaku Penemuan Informasi pada Komunitas *K-Pop* “*Ever Lasting Friends (ELF)*” Surabaya**



**Disusun oleh:**

**Yeni Nur Taqwin**

**071411623015**

**DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS AIRLANGGA**

**SURABAYA**

**2016**

**i**

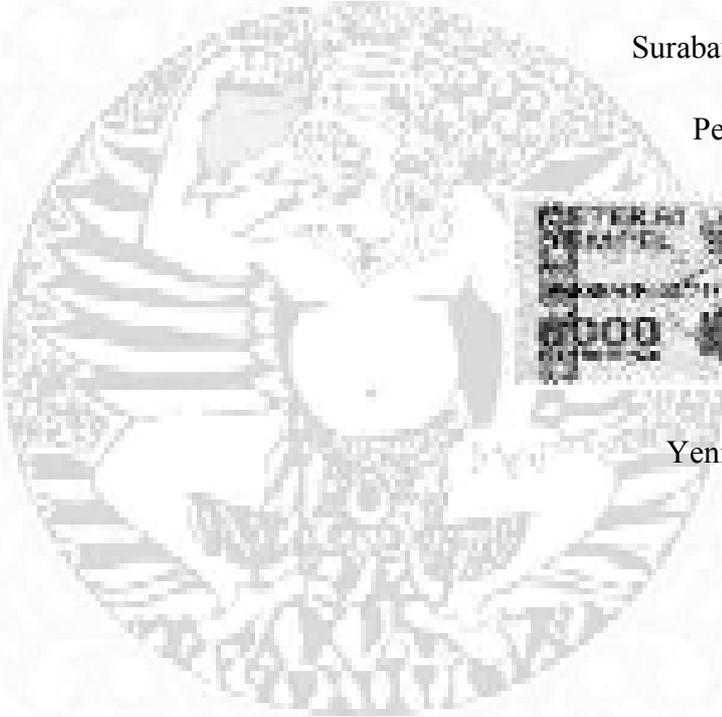
## HALAMAN PERNYATAAN

Bagian atau keseluruhan isi skripsi ini tidak pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademis pada bidang studi dan/atau universitas lain dan tidak pernah dipublikasikan/ditulis oleh individu selain penyusun kecuali bila dituliskan dengan format kutipan dalam isi skripsi.

Apabila ditemukan bukti bahwa pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, Juni 2016

Penulis



UNIVERSITAS AIRLANGGA  
DEKATARAH SURABAYA  
6000

Yeni Nur Taqwin

**PERILAKU PENEMUAN INFORMASI PADA KOMUNITAS *K-POP*  
“*EVERLASTING FRIENDS (ELF)*” SURABAYA**

SKRIPSI

Maksud: Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga

Disusun Oleh:

Yeni Nur Taqwin

NIM 071411623015

DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA

Semester Genap 2015/2016

iii

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

**PERILAKU PENEMUAN INFORMASI PADA KOMUNITAS *K-POP*  
“*EVERLASTING FRIENDS (ELF)*” SURABAYA**

Skripsi ini telah memenuhi persyaratan dan disetujui untuk diujikan

Surabaya, 16 Juni 2016

Dosen Pembimbing

Ragil Tri Atmi, S.IIP., MA

NIK: 198607262015043201

**HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI**

Skripsi ini telah diujikan dan disajikan dihadapan Komisi Penguji

Program Studi: S1 Ilmu Informasi dan Perpustakaan

Departemen: Ilmu Informasi dan Perpustakaan

Fakultas: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Airlangga

Pada Hari Jumat

Tanggal 1 Juli 2016

Pukul: 08.00 - 10.00 WIB

Komisi Penguji Terdiri Dari:

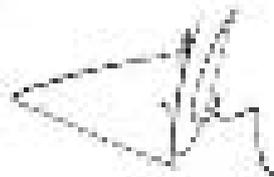
Ketua Penguji



(Dra. Tri Soesantari, M.Si)

NIP: 195905171986012001

Anggota



(Helmy Prasetyo Y, S.Sos., M.KP.)

NIP: 197503262003121001

Anggota



(Ragil Tri Atmi, S.IIP., MA)

NIK: 198607262015043201

**ABSTRAK**

Budaya *Korean Pop* atau *K-pop* merupakan budaya musik asal Korea Selatan yang telah menarik kalangan muda-mudi di seluruh dunia, termasuk Indonesia. *K-Pop* memiliki ciri khas musik yang memberikan kesenangan tersendiri bagi para penikmatnya. Kesenangan terhadap musik *K-Pop* memunculkan berbagai macam kelompok penggemar sebagai pendukung idola *K-Pop* yang biasa disebut dengan *boyband* atau *girlband*. Kelompok penggemar *K-Pop* memiliki kebiasaan berburu segala informasi mengenai idolanya serta memiliki intensitas keterlibatan intelektual yang dapat dilihat dari pengetahuan mengenai musik *K-Pop* dan keterlibatan emosional yang dapat dilihat dari ketertarikan di dalam jiwa. Keterlibatan kelompok penggemar *K-Pop* pada akhirnya akan mempengaruhi suatu dorongan kebutuhan informasi yang mengacu pada perilaku penemuan informasi terhadap kegemaran tersebut. Perilaku penemuan informasi penggemar *K-Pop* merupakan perilaku penemuan informasi pada kehidupan sehari-hari yang dapat ditinjau berdasarkan cara hidup (*way of life*) dan penguasaan hidup (*masetry of life*). Cara hidup menggambarkan alasan yang melatarbelakangi penemuan informasi yang dipengaruhi oleh ukuran waktu, model konsumsi dan hobi. Sedangkan penguasaan hidup menggambarkan tindakan dari pemecahan masalah yang dihadapi berdasarkan tipologi optimis-kognitif, pesimis-kognitif, defensif afektif dan pesimis-afektif. Penelitian ini dilakukan pada komunitas *Ever Lasting Friends* (ELF) dengan tujuan untuk mengetahui modal utama yang dimiliki komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi, faktor yang melatarbelakangi komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi, sumber informasi yang digunakan dan perilaku komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif yang bermaksud menggambarkan tentang perilaku penemuan informasi pada komunitas ELF Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* (pengambilan sampel bertujuan) yang didasarkan pada karakteristik yang telah disyaratkan oleh peneliti yaitu komunitas ELF Surabaya yang terdaftar sebagai anggota dan memiliki *ID Card* serta anggota yang bergabung dalam komunitas ELF Surabaya melalui *facebook* maupun *twitter*, sehingga data yang dibutuhkan dapat terpenuhi sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

*Kata kunci: K-Pop, Perilaku Penemuan Informasi, ELF Surabaya*

**ABSTRACT**

Korean Pop or K-pop culture is the music culture of South Korea that attracted the young people around the world, including Indonesia. K-Pop music has a characteristic which gave own pleasure for the audience. The love for K-Pop music bringing out the various kinds of fans group to support the K-Pop's Idol who' called boyband and girlband. K-pop fans usually collect many informations about their idol and have intecsimy of intelectual and emotional complicity that seen from interest of the soul. The comlicity of K-Pop fans eventually will affecting the informations need encouragement which refers to information seeking behavior for that hobbies. K-Pop fans informations seeking behavior is everyday life of information seeking which observed based of way of life and mastery of life. Way of life described the reason of information seeking which affected by time structures, consumption models, and hobbies. Mastery of life described the actions of problem solving faced based of optimistic-cognitive, pessimistic-cognitive, defensive-affective, and pesimis-afective. This research take on the Ever Lasting Friends (ELF) community of Surabaya with the purpose to knowing main capital which owned by ELF's Surabaya community on information seeking behavior, based factor of information seeking behavior on ELF's Surabaya community, information resources used, and information seeking behavior of ELF's Surabaya community. The method used is the purposive sampling (sampling intende) based on characteristics that have been required by researacher that is the ELF's Surabaya community which registered as member and have yhe ID Card and joined at ELF's Surabaya community on facebook or twitter, so that the required data can be fill in with predefined criteria before.

*Keywords: K-Pop, Information Seeking Behavior, ELF's Surabaya*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang tua tercinta, kedua sosok luar biasa yang tidak pernah lelah untuk mendoakan dan memberikan dukungan baik dari segi moril maupun materil

Untuk keluarga besar yang telah mendoakan serta sahabat-sahabat tercinta yang

telah menemani perjuangan saya selama ini

Almamater tercinta Ilmu Informasi dan Perpustakaan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universita Airlangga

Yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga

**MOTTO**

Jangan pernah ragu untuk mengambil kesempatan yang ada di depan mata, jika  
kamu gagal pada kesempatan pertama maka Allah senantiasa memberikan  
kesempatan yang lain.



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT karena atas berkah dan rahmatNYA peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Perilaku Penemuan Informasi pada Komunitas *K-Pop Everlasting Friends* (ELF) Surabaya” sebagai salah satu syarat akademis untuk menyelesaikan studi S1 pada program studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah memberikan gambaran dan penjelasan tentang Perilaku Penemuan Informasi pada Komunitas *K-Pop Everlasting Friends* (ELF) Surabaya. Pada BAB I penelitian ini terdapat gambaran tentang latar belakang masalah hingga tahapan analisis data. BAB II berisi data tentang gambaran tentang komunitas ELF Surabaya. BAB III berisi temuan data yang diuraikan oleh penulis. BAB IV berisi analisis dan interpretasi teoritik dari temuan data yang telah dihimpun oleh peneliti. Kemudian BAB V sebagai penutup yang berisi kesimpulan dan saran. Serta terdapat pula lampiran sebagai pendukung data.

Selain itu peneliti ingin menyampaikan terimakasih secara khusus kepada:

1. Kedua orang tua, Bapak Kastolan dan Ibu Umi Sholikhatin yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan baik dari segi moril maupun materil.
2. Ibu Ragil Tri Atmi selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa meluangkan waktu dan tenagannya serta dengan sabar memberikan bimbingan, masukan, evaluasi, motivasi dan saran kepada peneliti agar skripsi ini bisa terselesaikan dengan baik.
3. Ibu Fitri Mutia selaku dosen wali yang senantiasa memberikan semangat dan motivasi bagi penulis untuk selalu berusaha melakukan yang terbaik dalam proses akademik maupun non-akademik.
4. Terima kasih banyak kepada seluruh dosen IIP: Ibu Rahma Sugihartati, Ibu Endang Gunarti, Ibu Tri Soesantari, Bapak Koko Srimulyo, Bapak Helmy Prasetyo, dan Bapak Yunus Abdul Halim. Terima Kasih atas ilmu yang telah diberikan semoga berkah dan bermanfaat. Tak lupa kepada admin departmen

IIP, Mbak Reni dan Mbak Khuril yang sudah membantu dalam urusan administrasi selama masa studi di IIP.

5. Terimakasih banyak kepada para responden anggota Komunitas ELF Surabaya dan sekitarnya atas informasi dan waktu yang telah diberikan kepada peneliti.
6. Terimakasih kepada teman-teman IIP-AJ 2014 yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan serta pengalaman yang luar biasa. Semoga kita dapat sukses di masa depan.
7. Terimakasih kepada teman-teman kos Pondok Pak Win yang telah menyayangi, menjaga dan memberikan arti kesabaran dalam hidup.
8. Dan pihak-pihak lain yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, terimakasih banyak.

Surabaya, 16 Juni 2016

**DAFTAR ISI**

|   |       |
|---|-------|
| HALAMAN JUDUL DALAM 1.....              | i     |
| HALAMAN PERNYATAAN.....                 | ii    |
| HALAMAN JUDUL DALAM 2.....              | iii   |
| HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....     | iv    |
| HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI..... | v     |
| ABSTRAK.....                            | vi    |
| ABSTRACT.....                           | vii   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....                | viii  |
| MOTTO.....                              | ix    |
| KATA PENGANTAR.....                     | x     |
| DAFTAR ISI.....                         | xii   |
| DAFTAR TABEL.....                       | xviii |
| DAFTAR GAMBAR.....                      | xx    |
| BAB I PENDAHULUAN.....                  | 1     |
| I.1 Latar Belakang Masalah.....         | 1     |
| I.2 Rumusan Masalah.....                | 9     |
| I.3 Tujuan Penelitian.....              | 10    |
| I.4 Manfaat Penelitian.....             | 10    |
| I.4.1 Manfaat Akademis.....             | 10    |
| I.4.2 Manfaat Praktis.....              | 11    |

|   |    |
|---|----|
| I.5 Tinjauan Pustaka.....   | 12 |
| I.6 Definisi Konseptual.....  | 22 |
| I.6.1 Modal Utama yang Dimiliki oleh Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan Informasi.....  | 22 |
| I.6.2 Faktor yang Melatarbelakangi Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan Informasi.....  | 23 |
| I.6.3 Sumber Informasi yang Digunakan Komunitas ELF Surabaya sebagai Penemu Informasi yang Berorientasi pada Kehidupan Sehari-hari..... | 23 |
| I.6.4 Perilaku Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan Informasi yang Dibutuhkan.....  | 24 |
| I.7 Definisi Operasional.....   | 25 |
| I.8 Metode dan Prosedur Penelitian.....   | 26 |
| I.8.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian.....   | 25 |
| I.8.2 Lokasi Penelitian.....  | 27 |
| I.8.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....   | 28 |
| I.9 Tahapan Analisis.....   | 29 |
| I.9.1 Teknik Pengumpulan Data.....  | 29 |
| I.9.2 Teknik Pengolahan Data.....   | 30 |
| I.9.3 Teknik Analisis Data.....   | 31 |
| BAB II GAMBARAN UMUM.....   | 32 |
| II.1 Sejarah K-Pop.....   | 32 |
| II.1.1 Budaya K-Pop Masuk Ke Indonesia.....   | 34 |

|  |    |
|--|----|
| II.2 Sejarah Berdirinya Komunitas ELF Surabaya.....  | 36 |
| II.2.1 Gambaran ELF Surabaya Saat Ini.....   | 38 |
| BAB III TEMUAN DATA.....   | 42 |
| III.1 Identitas dan Karakteristik Responden.....   | 42 |
| III.1.1 Usia.....  | 42 |
| III.1.2 Jenis kelamin.....   | 43 |
| III.2 Modal Utama yang Dimiliki oleh Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan informasi..... | 43 |
| III.2.1 Nilai atau sikap individu (values, attitudes) .....                                | 44 |
| III.2.2 Modal Material (material capital).....   | 45 |
| III.2.3 Modal sosial (social capital) .....  | 46 |
| III.2.4 Modal budaya dan kognitif (cultural and cognitive capital) .....                   | 47 |
| III.2.5 Karakteristik situasi saat ini (current situation) .....                           | 48 |
| III.3 Faktor yang Melatarbelakangi Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan informasi.....   | 48 |
| III.3.1 Faktor analisis anggaran waktu.....  | 49 |
| III.3.1.1 Jenis pekerjaan.....   | 50 |
| III.3.1.2 Waktu yang dihabiskan untuk pekerjaan.....                                       | 50 |
| III.3.1.3 Waktu luang yang dihabiskan untuk mengisi kegiatan sebagai komunitas ELF.....    | 52 |
| III.3.2 Faktor analisis model konsumsi.....  | 54 |
| III.3.2.1 Sumber Pendapatan.....   | 55 |

|  |    |
|--|----|
| III.3.2.2 Jumlah Pendapatan.....   | 56 |
| III.3.2.3 Jenis konsumsi barang dan jasa yang menunjang kegiatan sebagai komunitas ELF.....  | 56 |
| III.3.2.4 Jumlah konsumsi yang dikeluarkan.....  | 57 |
| III.3.3 Faktor Analisis Hobi.....  | 58 |
| III.3.3.1 Kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang berkaitan dengan hobi.....   | 59 |
| III.3.3.2 Intensitas melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hobi.....  | 60 |
| III.4 Sumber Informasi yang Digunakan Komunitas ELF Surabaya sebagai Penemu Informasi yang Berorientasi pada Kehidupan Sehari-hari.....        | 61 |
| III.4.1. Jenis sumber informasi yang digunakan oleh komunitas ELF.....   | 62 |
| III.4.2 Alasan pemilihan sumber informasi oleh komunitas ELF.....  | 63 |
| III.4.3 Intensitas akses sumber informasi oleh komunitas ELF.....  | 65 |
| III.5 Perilaku Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan Informasi yang Dibutuhkan.....   | 66 |
| III.5.1 Masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi berkaitan dengan super junior.....  | 67 |
| III.5.2 Evaluasi atas masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi.....  | 70 |
| III.5.3 Tindakan yang diambil untuk memecahkan masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi berkaitan dengan super junior..... | 73 |
| III.5.4 Tipologi penguasaan hidup komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi.....  | 77 |

|  |    |
|--|----|
| BAB IV ANALISIS DAN INTERPRETASI TEORITIK.....   | 81 |
| IV.1 Modal Utama yang Dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan Informasi.....  | 82 |
| IV.1.1 Nilai atau sikap individu ( <i>values, attitudes</i> ).....   | 83 |
| IV.1.2 Modal material ( <i>material capital</i> ).....   | 84 |
| IV.1.3 Modal sosial ( <i>social capital</i> ).....   | 84 |
| IV.1.4 Modal budaya dan kognitif ( <i>cultural and cognitive capital</i> ).....  | 85 |
| IV.1.5 Karakteristik situasi saat ini ( <i>current situation</i> ).....  | 85 |
| IV.2 Faktor yang Melatarbelakangi Komunitas ELF Surabaya dalam menemukan Informasi.....  | 86 |
| IV.2.1 Faktor analisis anggaran waktu.....   | 86 |
| IV.2.2 Faktor analisis model konsumsi.....   | 88 |
| IV.2.3 Faktor Analisis Hobi.....   | 89 |
| IV.3 Sumber Informasi yang digunakan Komunitas ELF Surabaya sebagai Penemu Informasi yang Berorientasi pada Kehidupan Sehari-hari..... | 90 |
| IV.4 Perilaku Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan Infoemasi yang dibutuhkan.....  | 92 |
| IV.4.1 Penguasaan Hidup Optimis-Kognitif ( <i>Optimistic-Cognitive Mastery of Life</i> ).....  | 95 |
| IV.4.2 Penguasaan Hidup Pesimis-Kogntif ( <i>Pessimistic-Cognitive Mastery of Life</i> ) .....   | 06 |
| IV.4.3 Penguasaan Hidup Defensif-Afektif ( <i>Deffensive-Affective Mastery of Life</i> ) .....   | 97 |

|   |     |
|---|-----|
| IV.4.4 Penguasaan Hidup Pesimis-Afektif ( <i>Pesimistic-Affective Mastery of Life</i> ) ..... | 98  |
| BAB V PENUTUP.....  | 100 |
| V.1 KESIMPULAN.....   | 100 |
| V.2 SARAN.....  | 102 |
| DAFTAR PUSTAKA.....   | 103 |



**DAFTAR TABEL**

|   |    |
|---|----|
| Tabel 3.1 Usia.....   | 42 |
| Tabel 3.2 Jenis kelamin.....  | 43 |
| Tabel 3.3 Jenis pekerjaan.....  | 50 |
| Tabel 3.4 Jumlah hari kerja/kuliah/sekolah.....   | 51 |
| Tabel 3.5 Model pekerjaan.....  | 51 |
| Tabel 3.6 Model perluliahan/pembelajaran.....   | 52 |
| Tabel 3.7 Waktu yang dihabiskan untuk kegiatan sebagai komunitas ELF.....                                   | 53 |
| Tabel 3.8 Pembagian waktu antara rutinitas pekerjaan sehari-hari dengan kegiatan sebagai komunitas ELF..... | 54 |
| Tabel 3.9 Sumber Pendapatan.....  | 55 |
| Tabel 3.10 Jumlah Pendapatan.....   | 56 |
| Tabel 3.11 Jenis konsumsi barang dan jasa.....  | 56 |
| Tabel 3.12 Jumlah uang yang dikeluarkan.....  | 57 |
| Tabel 3.13 Cara pembagian pendapatan.....   | 58 |
| Tabel 3.14 Kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang berkaitan dengan hobi.....                     | 59 |
| Tabel 3.15 Intensitas dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hobi.....                              | 60 |
| Tabel 3.16 Sumber informasi media elektronik.....   | 62 |
| Tabel 3.17 Sumber informasi media cetak.....  | 63 |
| Tabel 3.18 Alasan pemilihan sumber informasi media elektronik.....  | 63 |
| Tabel 3.19 Alasan pemilihan sumber informasi media cetak.....   | 64 |
| Tabel 3.20 Intensitas akses sumber informasi media elektronik.....  | 59 |
| Tabel 3.21 Intensitas akses sumber informasi media cetak.....   | 65 |

|   |    |
|---|----|
| Tabel 3.22 Informasi yang diperoleh kurang tepat dan akurat.....                                    | 67 |
| Tabel 3.23 Informasi susah untuk diakses.....   | 67 |
| Tabel 3.24 Informasi tidak <i>up to date</i> .....  | 68 |
| Tabel 3.25 Bahasa tidak mudah dipahami.....   | 69 |
| Tabel 3.26 Masalah teknis.....  | 69 |
| Tabel 3.27 Kesulitan membeli media cetak.....   | 70 |
| Tabel 3.28 Bersikap positif dan tidak emosi dalam menghadapi masalah.....                           | 71 |
| Tabel 3.29 Berusaha mengakses sumber informasi lain, tetapi akan menyerah jika tidak menemukan..... | 71 |
| Tabel 3.30 Berusaha mengakses sumber informasi lain tanpa menyerah.....                             | 72 |
| Tabel 3.31 Menyerah tanpa melakukan tindakan apapun.....  | 73 |
| Tabel 3.32 Melakukan penelusuran informasi lebih dalam melalui media cetak dan non cetak.....       | 74 |
| Tabel 3.33 Ragu-ragu dan bertanya kepada teman atau sesama anggota komunitas.....                   | 74 |
| Tabel 3.34 Memperbaiki masalah teknis.....  | 75 |
| Tabel 3.35 Menyisihkan sebagian uang untuk membeli media cetak.....                                 | 75 |
| Tabel 3.36 Tidak berusaha memahami bahasa informasi dengan belajar.....                             | 76 |
| Tabel 3.37 Tipologi penguasaan hidup komunitas ELF Surabaya.....                                    | 77 |

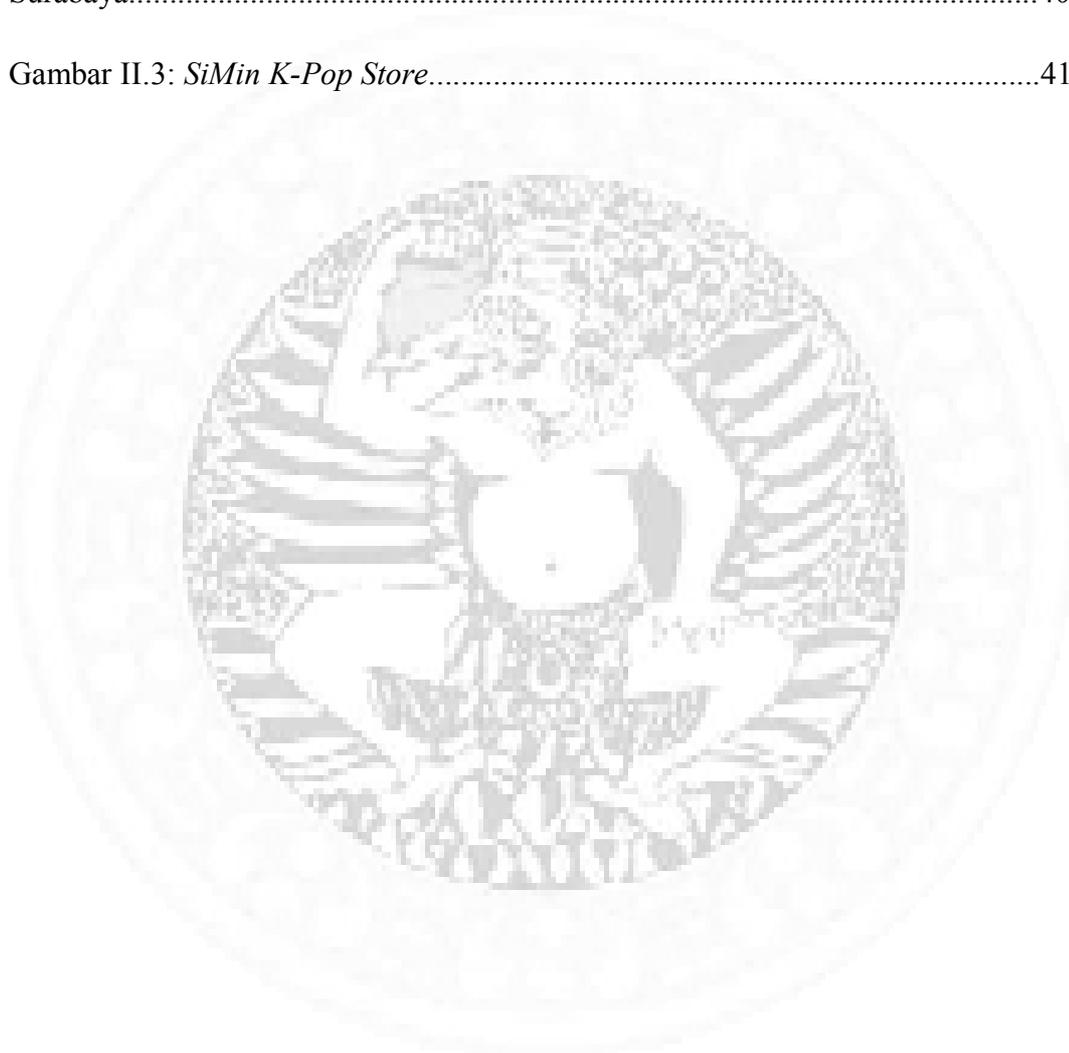
**DAFTAR GAMBAR**

Gambar I.1 Model *Everyday Life Information Seeking*.....13

Gambar II.1 *ID Card* Komunitas ELF Surabaya.....39

Gambar II.2 Kegiatan *K-Pop Festival* yang Didukung oleh Komunitas ELF Surabaya.....40

Gambar II.3: *SiMin K-Pop Store*.....41



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### I.1 Latar Belakang Masalah

Budaya *Korean Pop* atau *K-Pop* merupakan budaya musik asal Korea Selatan yang telah menarik simpati kalangan muda-mudi di seluruh dunia. *K-Pop* memiliki ciri khas musik yang dapat memberikan kesenangan tersendiri bagi para penikmatnya. Kesenangan yang dirasakan oleh penikmat *K-Pop* membuat jenis musik tersebut semakin digemari dan dikonsumsi oleh banyak orang setiap harinya. Konsumsi dari *K-Pop* pada akhirnya akan memunculkan kelompok penggemar yang merupakan bagian paling tampak dari khalayak teks dan praktik budaya (Storey, 2006). Kelompok penggemar yang muncul dalam budaya *K-Pop* disebut dengan *K-Popers (K-pop Lovers)* atau komunitas *K-Pop* yang berburu segala informasi tentang idola *K-Pop* yang disukainya seperti kelompok penyanyi dan grup musik Korea yang biasa disebut dengan *Boy Band* dan *Girl Band* yang memiliki daya tarik tersendiri bagi para penggemarnya. Kelompok penggemar seperti komunitas *K-Pop* memiliki intensitas keterlibatan intelektual dan emosional saat memberi makna pada suatu produk budaya yaitu musik *K-Pop* itu sendiri. Keterlibatan intelektual berhubungan dengan pengetahuan penggemar mengenai musik *K-Pop* sedangkan keterlibatan emosional dapat dilihat dari ketertarikan dalam jiwa yang akan menjadi sebuah tindakan nyata seperti bentuk interaksi dan gaya hidup. Keterlibatan kelompok penggemar *K-Pop* tersebut pada akhirnya akan mempengaruhi suatu dorongan kebutuhan informasi yang mengacu pada perilaku penemuan informasi terhadap kegemaran tersebut seperti keaktifan menemukan informasi serta pemecahan masalah yang dihadapi pada saat penemuan informasi mengenai *K-Pop*.

Perkembangan *K-Pop* sendiri dimulai pada saat masuknya Korea dalam Piala Dunia Korea - Jepang 2002, dimana Korea sukses sebagai salah satu dari empat negara terkuat peserta piala dunia. Kesuksesan tersebut membawa nama Korea semakin terkenal di mata dunia, sehingga media masa mulai menyiarkan

tentang budaya Korea termasuk *K-Pop*. Pengenalan budaya Korea ke seluruh penjuru dunia memunculkan sebuah fenomena demam Korea atau biasa disebut dengan *Hallyu* atau *Korean Wave*, dimana berbagai kalangan memiliki ketertarikan yang luar biasa terhadap budaya Korea, seperti musik, film, dan hiburan. Menurut Badan Korea Urusan Promosi Budaya dan Departemen Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Korea pada website *world.kbs.co.kr* terdapat 182 klub *Hallyu* dan diperkirakan jumlah anggotanya mencapai 3.3 juta yang tersebar di 20 wilayah di seluruh dunia dimana pusat kebudayaan Korea telah dibuka. Berdasarkan wilayah, Asia memiliki basis penggemar terbesar. Terdapat 84 klub penggemar *Hallyu* dengan 2.31 juta anggota di delapan kawasan Asia, termasuk Jepang, Cina dan Vietnam serta terdapat 25 klub penggemar dengan 500.000 penggemar pada 4 wilayah di Amerika termasuk Washington DC, New York dan Argentina. Tercatat 70 klub penggemar juga hadir pada 7 wilayah Eropa, yaitu Inggris, Prancis, dan Turki dengan 460.000 anggota (News KBS World Radio, 2011). Survei online yang dilakukan oleh *Korean Tourism Organization* pada bulan Juni 2011 dalam website resminya *www.visitkorea.or.kr* yaitu pada 12.085 responden yang berasal dari 102 negara di dunia kecuali Korea, dimana hasil survey menunjukkan bahwa 90% responden yang terdiri dari perempuan yang berusia 20 tahun sebanyak 55% menyukai *K-Pop*, 33% menyukai drama Korea, 15% menyukai film Korea dan 7% menyukai hal lain (Lutviah, 2012). Hasil survei tersebut juga menunjukkan bahwa *K-Pop* merupakan faktor terbesar yang menyebabkan berkembangnya *Hallyu* atau *Korean Wave* di dunia.

Perkembangan yang signifikan mengenai *Korean Wave* diatas tentunya membawa *K-Pop* sebagai salah satu unsur *Korean Wave* menjadi semakin dikenal setiap harinya dan memiliki banyak komunitas penggemar di seluruh dunia, yang biasa disebut *fandom* (*fans kingdom*), yang bertujuan sebagai wadah penggemar untuk mewakili budaya partisipatif dalam mendukung para idola *K-Pop* dimana melalui *fandom* inilah beberapa aktivitas penggemar dapat terwujud. Penelitian berjudul "*Fan Activitsm, Cybervigilantism, and Othering Mechanisms in K-Pop*

*Fandom*” oleh Jung (2012) menjelaskan bahwa komunitas penggemar *K-Pop* lebih sering melakukan interaksi melalui internet untuk memenuhi kebutuhan informasinya, melalui komunitas yang diikuti penggemar akan lebih mudah mendapatkan informasi yang berhubungan dengan idolanya seperti kegiatan terbaru, peluncuran album maupun film terbaru. Aktivitas lain yang dilakukan oleh komunitas *K-Pop* yaitu dengan mengadakan kegiatan amal dan menjadi relawan dalam keadaan darurat, mengkonsumsi dan mengoleksi barang-barang atau *merchandhise*, serta mereka akan memberikan dukungan penuh terhadap idolanya sehingga aktivitas komunitas *K-Pop* tersebut dapat mempengaruhi keputusan bisnis perusahaan manajemen tempat bernaung idola *K-Pop* dan mempengaruhi perubahan lingkungan media.

Proses terbentuknya *fandom* atau komunitas *K-Pop* juga dijelaskan pada penelitian yang dilakukan oleh Wahyu dan Imron (2014) tentang “Pola Interaksi Simbolik Pecinta *K-Pop* dalam Komunitas *Korean Lovers* Di Surabaya (KLOSS)”, penelitian tersebut mengatakan bahwa *K-Pop* telah menyebar luas di beberapa kota besar di Indonesia sehingga mendorong munculnya beberapa komunitas *K-Pop* diantaranya yaitu *fandom* Super Junior (ELF), *fandom* TVXQ (Cassiopeia) *fandom* SNSD (SONE), *fandom* SHINEE (Shawol), *fandom* BigBang (VIP), dll. Pada masing-masing komunitas tersebut terdapat pola interaksi yang ditunjukkan melalui adanya kegiatan pertemuan (*gathering*) dan membuat berbagai acara Korea, seperti *Cover Dance* Korea dan *K-Fest* atau *Korean Festival*. Kegiatan yang dilakukan oleh komunitas *K-Pop* tersebut merupakan bentuk kegiatan yang mengarah pada suatu perilaku penemuan informasi dalam kehidupan sehari-hari, dimana anggota komunitas *K-Pop* melakukan interaksi dengan anggota yang lain untuk memenuhi kebutuhan informasi atas sesuatu yang digemari.

Perilaku penemuan informasi muncul karena didasari oleh adanya dorongan kebutuhan informasi yang beragam, dimana manusia mengalami ketidakpastian sepanjang hidupnya sehingga dengan keadaan tersebut manusia dituntut untuk melakukan kegiatan yang melibatkan informasi dan pengetahuan.

Perilaku penemuan informasi yang dilakukan manusia merupakan proses yang disadari sebagai kebutuhan informasi yang akan menciptakan langkah atau proses untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Langkah untuk mendapatkan informasi dapat terjadi secara tidak sengaja atau pasif sehingga kurang bersungguh-sungguh maupun secara sengaja atau aktif sehingga melibatkan proses pencarian yang lebih mendalam (Case, 2007). Komunitas *K-Pop* juga mengalami hal yang sama mengenai ketidakpastian dalam menghadapi kebutuhan informasi yang beragam, kemudian mereka dituntut untuk menciptakan langkah atau proses untuk memenuhi kebutuhan informasi yang dimilikinya. Komunitas *K-Pop* bisa saja menunjukkan perilaku yang biasa saja atau bersungguh-sungguh dan menghabiskan banyak waktu dalam pemenuhan kebutuhannya melalui pencarian yang lebih mendalam.

Konsep perilaku penemuan informasi yang dapat dijabarkan pada komunitas *K-Pop* yaitu keadaan dimana mereka membutuhkan informasi hiburan seperti mendengarkan musik, membaca *fan fiction*, menonton video, menonton film dan drama serta berburu informasi mengenai idola *K-pop* sebagai suatu hobi yang digemari untuk mengisi waktu luang (*leisure time*). Survei yang dilakukan oleh *A Korea Tourism Organization* pada 12.085 penggemar *K-Pop* menunjukkan bahwa hiburan yang juga diikuti oleh penggemar *K-Pop* diantaranya yaitu drama TV sebanyak 33%, film sebanyak 6%, dan hiburan lain sebanyak 7% (Lee, 2012), hal ini cukup memperjelas bahwa para penggemar *K-Pop* juga memiliki suatu kebutuhan yang harus dipenuhi. Informasi hiburan yang dibutuhkan oleh penggemar *K-Pop* merupakan *non-work information* yang berhubungan dengan sesuatu yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari diluar pekerjaan seperti hobi atau kegemaran yang memungkinkan mereka melakukan penemuan informasi untuk memenuhi kebutuhannya tersebut.

Perilaku penemuan informasi yang terjadi pada komunitas *K-Pop* ini didasarkan pada faktor cara hidup (*way of life*) sebagai alasan yang melatarbelakangi penemuan informasi yang dipengaruhi oleh ukuran waktu, model konsumsi dan hobi, sehingga melalui penemuan informasi komunitas *K-*

*Pop* akan menunjukkan tindakan selanjutnya sebagai tipologi penguasaan hidup (*mastery of life*) yaitu tindakan pemecahan masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi seperti penguasaan hidup optimis-kognitif, pesimis-kognitif, defensif-afektif dan pesimis-afektif. Kegiatan penemuan informasi ini disebut dengan perilaku penemuan informasi dalam kehidupan sehari-hari atau *Everyday Life Information Seeking* (Savolainen, 1995) yang terjadi atau diterapkan oleh komunitas *K-Pop* pada saat mereka melakukan penemuan informasi pada kehidupan sehari-hari yang berhubungan dengan kebutuhannya sebagai *K-Popers* yaitu kebutuhan hiburan dan hobi. Teori *Everyday Life Information Seeking* ini sebelumnya juga telah diterapkan pada penelitian yang berjudul “Gifted Youth and Their Hobbies: An Exploration of Information Behavior” oleh Carruth (2013). Penelitian tersebut menjelaskan bahwa anak-anak muda berbakat di Florida juga melakukan penemuan informasi sehari-hari berdasarkan konteks cara hidup (*way of life*) dan penguasaan hidup (*mastery of life*) sesuai dengan konsep yang ada pada *Everyday Life Information Seeking*, dimana konteks cara hidup diambil berdasarkan pilihan pemanfaatan waktu luang, konsumsi yang dikeluarkan dan hobi yang mereka miliki sedangkan konteks penguasaan hidup ditunjukkan dengan kemandirian dan kecerdasan mereka untuk meminta bantuan dalam mengatasi masalah yang dihadapi dalam penemuan informasi yang mengarah pada tipologi penguasaan hidup optimis-kognitif, pesimis kognitif, defensif afektif dan pesimis afektif.

Penelitian yang berhubungan dengan perilaku penemuan informasi komunitas *K-Pop* khususnya komunitas ELF juga telah diteliti sebelumnya di Indonesia pada penelitian yang berjudul “Perilaku Pencarian Informasi melalui Internet oleh *Fanbase Boyband Super Junior*” yaitu pada ELF Bandung. Penelitian yang dilakukan dengan menggunakan teori proses pencarian informasi yang dikembangkan oleh Ellis, Cox & Hall (1993) ini membahas tentang perilaku pencarian informasi *fanbase* ELF Bandung dalam mencari informasi mengenai *boyband* Super Junior melalui internet. Penelitian yang dilakukan pada *fanbase* ELF Bandung tersebut menunjukkan bahwa perilaku pencarian informasi melalui

internet diukur berdasarkan 8 sub variabel diantaranya yaitu sub variabel *starting*, *chaining*, *browsing*, *differentiating*, *monitoring*, *extracting*, *veryifying*, dan *sharing*.

Hasil penelitian terhadap fanbas ELF Bandung yaitu sub variabel *starting* dari 84 responden sebanyak 83.3% menggunakan media internet untuk mencari informasi tentang *boyband* Super Junior dengan alasan informasi yang disajikan *uptodate* dan beragam, sub variabel *chaining* sebanyak 63.1% responden memilih situs jejaring sosial *fanbase* (seperti *facebook*, *twitter*, *tumblr*) untuk memulai pencarian informasi dan sebanyak 75% responden melakukan koneksi dengan internet menggunakan komputer atau *laptop* pribadi dengan modem atau *wifi*, pada sub variabel *browsing* sebanyak 58.3% responden memilih situs jejaring sosial *fanbase* luar negeri untuk melakukan pencarian informasi tentang *boyband* Super Junior dan sebanyak 63.1% memilih jejaring sosial tersebut untuk mencari informasi berupa berita terbaru, sedangkan sebanyak 64.3% responden lebih memilih situs *download* lagu gratis dan sebanyak 90.5% responden lebih memilih situs *fanbase* atau *fansite* yang memberikan *link* langsung ke *youtube*, kemudian pada sub variabel *differentiating* sebanyak 45.2% lebih memilih situs jejaring sosial *fanbase* untuk mencari informasi berupa foto, pada sub variabel *monitoring* sebanyak 79.8% responden memantau informasi yang *uptodate* tentang *boyband* Super Junior dengan cara menggunakan akun jejaring sosial (*follow/join/like* akun *fanbase*), pada sub variabel *extracting* sebanyak 56% responden mengambil data atau informasi dengan cara *download* dengan menggunakan *software* tertentu (seperti *IDM*, *Youtube*, *Downloader*). Pada sub variabel *verifying* sebanyak 63.1% responden merasa bahwa kebutuhan informasi mengenai *boyband* Super Junior cukup terpenuhi setelah melakukan penelusuran melalui internet, yang terakhir adalah variabel ending dimana sebanyak 56% melakukan *sharing* dengan sesama komunitas tentang informasi yang didapatkan dari internet (Dewi dkk., 2012).

Hasil penelitian pada *fanbase boyband* Super Junior diatas menunjukkan bahwa komunitas *K-Pop* yaitu ELF Bandung menggunakan internet sebagai media utama untuk melakukan proses pencarian informasi untuk memenuhi

kebutuhan atas kegemarannya pada *boyband* Super Junior. Proses pencarian informasi yang dilakukan oleh komunitas ELF Bandung merupakan proses pencarian yang berhubungan dengan hobi atau kegemaran yang ditunjukkan melalui beberapa tahapan yaitu *sttaring*, *chaining*, *browsing*, *differentiating*, *monitoring*, *extracting*, dan *ending*. Proses pencarian informasi tersebut merupakan perilaku pencarian pada tingkat mikro yang digunakan pencari ketika berinteraksi dengan sistem informasi seperti komputer yang digunakan sebagai alat untuk mencari sesuatu yang dibutuhkan (Wilson, 2000). Proses pencarian informasi berbeda dengan perilaku penemuan informasi yang memiliki tingkatan lebih makro, sehingga dalam upaya penemuan informasi seseorang bukan hanya berhadapan dengan informasi berbasis komputer tetapi juga berhadapan dengan informasi berbasis manual yang memungkinkan adanya hambatan yang mempengaruhi kondisi atau alasan seseorang dalam melakukan perilaku penemuan informasi. Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti mengenai perilaku penemuan informasi pada komunitas *K-Pop* memiliki tingkatan yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, dimana penelitian ini lebih mengarah pada alasan yang mendorong komunitas *K-Pop* dalam melakukan penemuan informasi berdasarkan faktor cara hidup (*way of life*) serta bagaimana komunitas *K-Pop* memecahkan masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi berdasarkan tipologi penguasaan hidup (*mastery of life*).

Para komunitas *K-Pop* memiliki kebutuhan dengan intensitas yang lebih untuk mengakses informasi tentang segala aktifitas yang dilakukan oleh idolanya, sehingga untuk memenuhi kebutuhan tersebut mereka harus berhadapan dengan sumber informasi baik *online* maupun manual yang ada seperti internet atau media lain dalam proses penemuan informasinya. Sebagai contoh adalah penggemar dari *Boy Band* terkenal Korea yaitu Super Junior yang menamakan diri mereka sebagai ELF atau *Ever Lasting Friends*. Sebagai penggemar, ELF dituntut untuk *uptodate* mengenai segala sesuatu yang dilakukan, mulai dari lagu, foto dan video terbaru serta latar belakang, kebiasaan, aktifitas dan jadwal kegiatan, sampai dengan kehidupan pribadi para anggota Super Junior. Usaha

yang dilakukan ELF untuk mendapatkan semua itu salah satunya yaitu dengan membentuk dan mengikuti komunitas tertentu yang menyediakan semua informasi tentang Super Junior yang ditujukan untuk mendukung idolanya tersebut. Hal tersebut dibuktikan pada penelitian yang berjudul “Fungsi Komunitas *K-Pop* sebagai Wadah Para Penggemarnya: Studi Deskriptif pada Komunitas ELF (*Ever Lasting Friends*) Surabaya” bahwa fungsi dari komunitas ELF Surabaya adalah sebagai identitas kelompok, menambah relasi sesama penggemar, sebagai tempat untuk mendapatkan hiburan dari segala tekanan hidup, sebagai tempat untuk berbagi informasi, dan wadah untuk mendukung idola (Wardani, 2015).

Komunitas penggemar dibentuk sebagai perantara yang menyebarkan informasi dari Super Junior ke penggemar atau *fans*. Komunitas yang didirikan biasanya berupa forum yang memiliki banyak anggota yang bisa saling bertemu ataupun berkomunikasi melalui media sosial seperti *twitter*, *facebook*, *chatting room*, *website*, dan lain-lain yang memanfaatkan internet untuk menjalankan peran komunitas tersebut. Komunitas juga dikelola oleh orang atau kelompok orang. Komunitas *K-Pop* khususnya Komunitas ELF harus menemukan informasi yang lengkap dan akurat agar dapat disebarkan kepada para *fans* yang menjadi anggota komunitas. Melalui komunitas tersebut ELF akan menemukan informasi yang dibutuhkan mengenai idolanya.

Pada saat ini banyak sekali komunitas *K-Pop* penggemar Super Junior yang terbentuk di Indonesia, meskipun jumlah pastinya tidak terhitung namun antusiasme penggemar Super Junior atau ELF Indonesia mulai terlihat sejak diselenggarakannya KIMCHI (*Korean Idols Music Concert in Indonesia*) pada tahun 2011 dimana Super Junior merupakan salah satu pendukung acara yang disaksikan oleh 8000 warga Indonesia (Wardani, 2015). Hal tersebut juga diiringi dengan diselenggarakannya konser Super Junior yang disebut *Super Show 4* pada tahun 2013 dan *Super Show 5* pada tahun 2015 yang disaksikan oleh ELF Indonesia dengan antusias yang tinggi, sehingga jumlah ELF di Indonesia semakin bertambah setiap tahunnya dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia

termasuk kota Surabaya yang merupakan kota metropolitan ke dua setelah Jakarta, dimana dapat dengan mudah ditemukan komunitas *K-Pop* di Surabaya. Komunitas *K-Pop* yang ada di Surabaya salah satunya adalah komunitas ELF Surabaya yang berdiri pada tahun 2011, yang juga telah diteliti pada penelitian sebelumnya mengenai fungsi dari komunitas tersebut bagi para penggemarnya. Komunitas ELF Surabaya memiliki banyak anggota yang terdiri dari berbagai kalangan usia. Seperti yang telah diamati oleh peneliti pada komunitas ELF Surabaya di facebook yang beranggotakan 1.783 orang dan diikuti oleh 3153 orang di twitter.

Komunitas ELF Surabaya bertujuan untuk mendukung Super Junior dengan mencari dan menemukan semua informasi yang berkaitan tentang Super Junior sehingga memunculkan pertukaran informasi antar sesama komunitas melalui interaksi yang dilakukan baik melalui media online maupun pertemuan secara langsung dalam berbagai kegiatan komunitas. Tindakan pencarian dan pertukaran informasi antar sesama komunitas ini dapat menimbulkan sebuah perilaku penemuan informasi dalam kegiatan sehari-hari yang bertujuan untuk mengisi waktu luang (*leisure time*) yang menarik untuk dijadikan sebagai topik penelitian. Dimana dalam terdapat faktor tertentu atas dasar gaya hidup yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi sehingga dari penemuan informasi tersebut akan dijelaskan tentang perilaku komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang dibutuhkannya.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian tentang Perilaku Penemuan Informasi pada Komunitas *K-Pop Ever Lasting Friend* (ELF) Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Apa saja modal utama yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi?
2. Apa saja faktor yang melatarbelakangi komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi?

3. Apa saja sumber informasi yang digunakan komunitas ELF Surabaya sebagai penemu informasi yang berorientasi pada kehidupan sehari-hari?
4. Bagaimana perilaku komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang dibutuhkan?

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian tentang Perilaku Penemuan Informasi pada Komunitas *K-Pop Ever Lasting Friends* (ELF) Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apa saja modal utama yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi
2. Untuk mengetahui faktor apa saja yang melatarbelakangi komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi.
3. Untuk mengetahui apa saja sumber informasi yang digunakan komunitas ELF Surabaya sebagai penemu informasi yang berorientasi pada kehidupan sehari-hari.
4. Untuk mengetahui bagaimana perilaku komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang dibutuhkan.

### **I.4 Manfaat Penelitian**

#### **I.4.1 Manfaat Akademis**

1. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi di bidang ilmu informasi dan perpustakaan, khususnya mengenai perilaku penemuan informasi pada komunitas *K-Pop Ever Lasting Friend* (ELF) Surabaya.
2. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi pada penelitian selanjutnya untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan. Mengingat bahwa penelitian bidang perilaku penemuan informasi pada komunitas K-Pop masih belum banyak dilakukan.

#### **I.4.2 Manfaat Praktis**

1. Penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui perilaku penemuan informasi salah satu komunitas *K-Pop* di Indonesia dalam memenuhi kebutuhan informasi dan untuk mengetahui sejauh mana perkembangan komunitas *K-Pop* tersebut.
2. Melalui penelitian ini diharapkan komunitas *K-Pop* mengetahui bagaimana semestinya mereka menyikapi dan mengatasi masalah pada saat melakukan penemuan informasi mengenai idolanya.

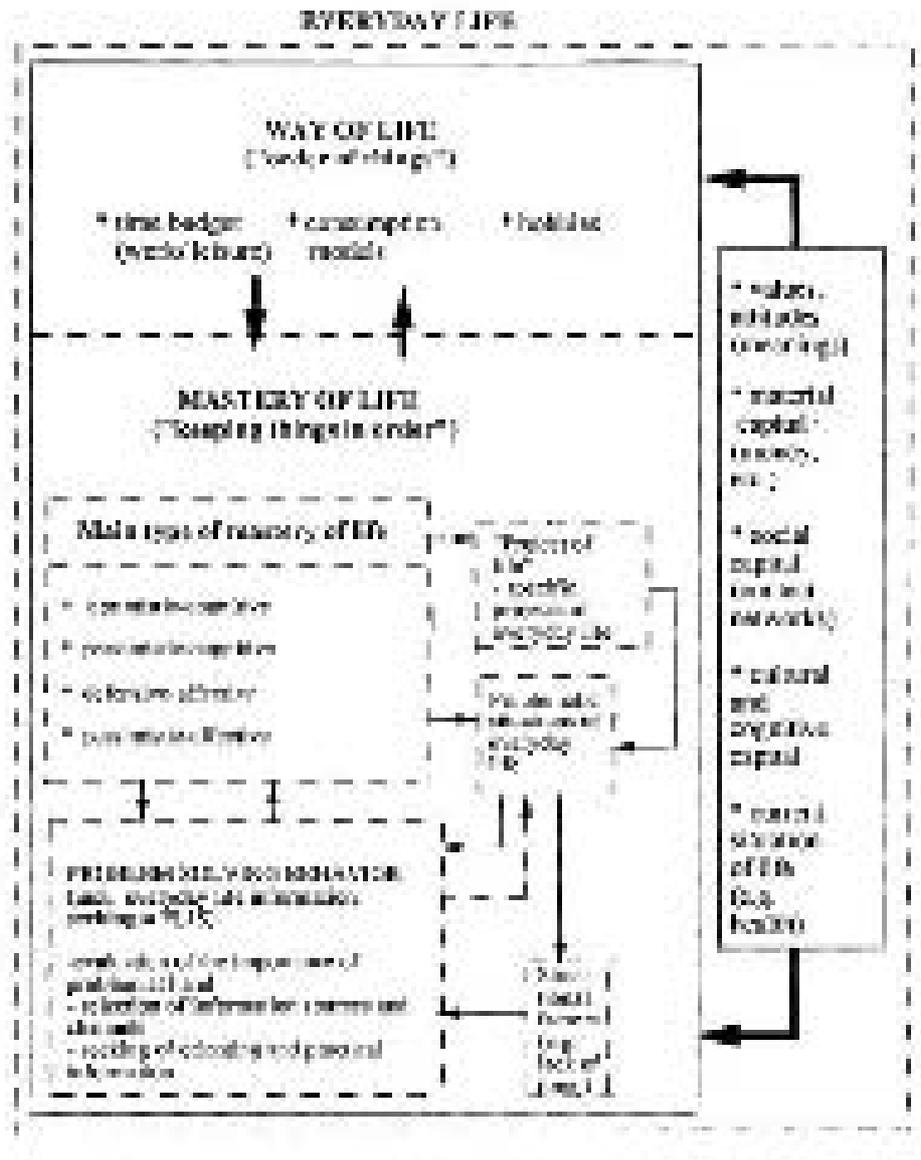


## I.5 Tinjauan Pustaka

Penelitian tentang Perilaku Penemuan Informasi pada Komunitas *K-Pop* “*Ever Lasting Friends (ELF)*” Surabaya ini menggunakan teori *Everyday Life Information Seeking* yang dikembangkan oleh Reijo Savolainen pada tahun 1995 mengenai konteks cara hidup (*way of life*) dan penguasaan hidup (*mastery of life*) seseorang dalam menemukan informasi dan menyelesaikan masalah yang ada didalamnya sesuai dengan kegiatan sehari-hari. Teori *Everyday Life Information Seeking* ini merupakan teori penemuan informasi yang bersifat *nonwork* atau diluar pekerjaan. Model perilaku penemuan informasi kehidupan sehari-hari dapat dilihat pada gambar I.1.

Dasar pendekatan penelitian penemuan informasi *nonwork* sendiri berasal dari asumsi teori dan metodologi berbagai pendekatan tentang sifat informasi dan manusia sebagai penemu informasi. Salah satunya adalah pendekatan Teori *Sense-Making* (cara berpikir) yang dikemukakan oleh Dervin (1992), dimana dalam teori tersebut Dervin memberi gambaran mendalam tentang cara individu memahami pengalaman mereka dalam situasi yang bermasalah. Dervin menggunakan kiasan situasi dan kesenjangan untuk menggambarkan penggunaan dan penemuan informasi sebagai proses *sense-making*. Kesenjangan yang dimaksud adalah situasi dalam konteks ruang dan waktu dimana individu menjadi sadar akan kekurangan dalam menghadapi situasi yang dialami sebelumnya. Kesenjangan mengacu pada pertanyaan atas kebutuhan informasi sehingga kesenjangan tersebut yang menjembatani proses penemuan informasi dan digunakan sebagai pembangunan definisi yang lebih tepat dari situasi. Teori *sense-making* telah membuka pandangan baru pada penelitian penemuan informasi, meskipun teori tersebut berfokus pada kesadaran individu yang mempengaruhi cara berfikir individu dalam menggunakan dan menemukan informasi. Karena proses tersebut mendekati tingkat yang agak umum pada karakteristik penggunaan dan penemuan informasi seseorang, pertanyaan yang berhubungan dengan substansi karakteristik individu penemu informasi, serta determinan sosial budaya dalam penemuan informasi tampaknya pantas untuk diperhatikan lebih dekat dari pada dibahas

dalam teori *sense-making*. Oleh karena itu Savolainen bermaksud untuk menggambarkan hal tersebut melalui *Everyday Life Information Seeking* dengan satu langkah masalah yang lebih besar dalam penemuan informasi.



Gambar I.1 Model *Everyday Life Information Seeking* (Savolainen, 1995)

Kerangka teori *Everyday Life Information Seeking* (ELIS) oleh Savolainen ini secara umum diinformasikan oleh teori *habitus* yang dikembangkan oleh Pierre Bourdieu (1984). Teori tersebut digunakan karena memberikan latar

belakang untuk konseptualisasi penemuan informasi sebagai komponen alami dari praktik sehari-hari. Menurut Bourdieu *habitus* adalah sistem sosial budaya yang ditentukan oleh sistem pemikiran, persepsi dan evaluasi serta diinternalisasi oleh individu. *Habitus* merupakan sistem yang cenderung lebih stabil dimana individu mengintegrasikan pengalaman mereka dan mengevaluasi pentingnya pilihan yang berbeda dalam memilih sumber informasi. *Habitus* memiliki dua karakter yaitu prinsip *habitus* sebagai struktur penataan dan prinsip *habitus* sebagai struktur yang terstruktur. Dua karakter pada konsep *habitus* tersebut memanifestasikan penggabungan norma dan harapan sosial dalam individu, dengan demikian *habitus* sebagai sistem klasifikasi intermediet sosial dan budaya membuat tujuan umum untuk pilihan yang dibuat dalam kehidupan sehari-hari dengan menunjukkan pilihan alami atau diinginkan sehubungan dengan kelas sosial seseorang atau kelompok budaya.

*Habitus* sebagai sistem sosial dan budaya ditentukan melalui kecenderungan dasar pada cara hidup yang teroganisir, hal tersebut dikarenakan *habitus* merupakan sebuah konsep pelayanan yang sangat abstrak sebagai latar belakang yang memperkenalkan konsep cara hidup untuk menggambarkan suatu perwujudan praktis dari *habitus* itu sendiri. Cara hidup bersamaan dengan konsep yang berkaitan dengan penguasaan hidup merupakan konteks dasar dimana masalah penemuan informasi *nonwork* akan diuji. Konsep cara hidup ini menimbulkan pengertian yang berbeda pada para peneliti sehingga sering disamakan dengan konsep gaya hidup padahal kedua konsep tersebut memiliki konteks yang berbeda. Perbedaan utama antara konsep cara hidup dan gaya hidup yaitu dimana konsep cara hidup terbentuk melalui kegiatan sehari-hari dan penilaian yang sama oleh seseorang sedangkan gaya hidup akan mengacu pada permukaan unsur-unsur cara hidup misalnya konsumsi dan gaya berpakaian yang mencerminkan kegemaran seseorang individu dalam analisis pilihan yang dibuat dalam kehidupan sehari-hari.

Konsep cara hidup didefinisikan sebagai “urutan hal (*order of things*)” yang didasarkan pada pilihan yang dibuat individu dalam kehidupan sehari-hari.

“Hal” berdiri untuk berbagai aktivitas yang terjadi di dunia dalam kehidupan sehari-hari, bukan hanya pekerjaan tetapi juga meliputi tugas-tugas produktif yang diperlukan seperti perawatan rumah tangga dan kegiatan sukarela seperti hobi. Urutan mengacu pada pilihan yang diberikan pada aktivitas tersebut. Urutan sesuatu ditentukan pada kedua alasan obyektif dan subyektif. Contoh alasan obyektif adalah panjang hari kerja yang menentukan jumlah waktu luang sehari-hari sedangkan persepsi untuk menghabiskan waktu luang mengacu pada alasan subyektif suatu hal. Kasus urutan hal yang sering terjadi yaitu pada aktivitas pekerjaan dan non pekerjaan selama sehari atau seminggu yang dirasa paling wajar atau normal untuk mengatur kehidupan sehari-hari. Seiring dengan hal tersebut seseorang akan mengalami “urutan kognitif” yang menunjukkan persepsi mereka tentang bagaimana hal-hal dimana mereka merasa “normal”. Melalui pilihan individu akan memiliki keterlibatan praktis dalam urutan hal tertentu dan hal tersebut merupakan kepentingan mereka untuk menjaga urutan yang mereka temukan tetap bermakna.

Operasional konsep cara hidup diwujudkan dengan mengambil faktor pertimbangan struktur anggaran waktu yang digambarkan sebagai hubungan diri seseorang dalam hubungan antara pekerjaan dan waktu luang (*time budget*), model konsumsi barang dan jasa (*consumption models*), serta jenis hobi (*hobbies*). Struktur anggaran waktu mengungkapkan proporsi waktu yang dihabiskan untuk bekerja, kegiatan yang diperlukan diluar pekerjaan seperti perawatan rumah tangga dan hobi (misalnya olahraga dan membaca buku). Analisis model konsumsi menunjukkan bagian dari uang yang dihabiskan pada akuisisi berbagai barang atau jasa misalnya membeli buku dan tiket untuk acara olahraga. Analisis tentang hobi menyoroti substansi cara hidup karena sifat hobi memberitahukan tentang hal-hal yang orang temukan dan memberikan suatu kesenangan serta mengungkapkan peran penting informasi seperti membaca koran di waktu luang. Secara keseluruhan struktur anggaran waktu, model konsumsi dan sifat hobi diasumsikan untuk ciri cara hidup seseorang yaitu urutan yang bermakna atau yang patut untuk diadaptasi dengan mengacu pada fakta bahwa urutan hal tidak

sepenuhnya selalu sesuai dengan keinginan seseorang, faktor eksternal mungkin juga dapat diperhatikan untuk menentukan hal tersebut.

Urutan hal yang bermakna dalam cara hidup tidak mungkin berjalan sendiri secara otomatis karena individu diwajibkan untuk aktif dan peduli akan hal itu sehingga diperlukan suatu penguasaan hidup sebagai aktivitas yang penuh perhatian. Istilah mengenai konsep penguasaan hidup sejauh ini masih berkaitan dengan manajemen hidup, pengelolaan kehidupan, kontrol hidup dan upaya lain untuk menggambarkan hal tersebut. Penguasaan hidup yang didefinisikan sebagai menjaga “hal dengan tujuan (*keeping things in order*)” dapat berupa pasif dan aktif. Hal tersebut dikatakan pasif ketika seseorang puas dengan melihat bahwa semuanya berjalan seperti yang diharapkan setidaknya secara keseluruhan sedangkan penguasaan hidup aktif berkaitan dengan pemecahan masalah pragmatis pada kasus dimana urutan hal terganggu atau terancam. Penguasaan hidup merupakan kesiapan secara umum untuk mendekati masalah sehari-hari dengan cara-cara tertentu sesuai dengan nilai-nilai seseorang. Menurut Antonovsky (1987) persyaratan umum untuk penguasaan hidup yang positif adalah hubungan perasaan yang mengacu pada pervasif dan kerelatifan perasaan seseorang dalam kepercayaan diri sehingga rangsangan yang berasal dari lingkungan internal dan lingkungan eksternal yang terstruktur, diprediksi dan dijelaskan.

Faktor penting penguasaan hidup adalah cara dimana individu dapat berorientasi dalam (ciri khas) situasi masalah dan menemukan informasi untuk memudahkan pemecahan masalah tersebut. Melalui orientasi tersebut tipologi penguasaan hidup dapat digambarkan dengan menganalisis dua dimensi terpusat yang menggambarkan kualitas perilaku dalam pemecahan masalah. Dimensi pertama menunjukkan perbandingan dimensi kognitif dengan dimensi afektif yang merupakan pertimbangan rasional dalam situasi pemecahan masalah. Orientasi kognitif menekankan sebuah pendekatan analisis dan sistematis untuk masalah sedangkan orientasi afektif mengacu pada kebalikannya yaitu reaksi emosional yang penuh syarat dan tidak terduga atas masalah yang dihadapi.

Dimensi kedua merupakan perbandingan dimensi optimisme dengan dimensi pesimisme yang menggambarkan tingkat harapan terhadap sifat pemecahan dari masalah. Dimensi kedua ini terjadi pada empat kelas yaitu optimisme tanpa cadangan (tidak ada rintangan yang diharapkan dalam pemecahan masalah), cadangan optimisme (mengantisipasi rintangan), cadangan pesimisme (mengantisipasi kegagalan), dan pesimisme tanpa cadangan (kegagalan dilihat sebagai sesuatu yang tidak dapat dihindari). Tabulasi silang dari dimensi ini menghasilkan empat tipe ideal dari penguasaan hidup dengan implikasi pada perilaku penemuan informasi, antara lain:

1. Penguasaan hidup optimis-kognitif (*optimistic-cognitive mastery of life*), ditandai dengan ketergantungan yang kuat pada hasil positif bagi pemecahan positif. Individu percaya bahwa hampir semua masalah dapat diselesaikan dengan berfokus pada analisis yang rinci, menghasilkan pemilihan instrumen yang paling efektif yang berkontribusi pada solusi optimal dari masalah. Karena masalah utama dipahami sebagai kognitif, sistem penemuan informasi dari sumber dan saluran yang berbeda sangat diperlukan.
2. Penguasaan hidup pesimis-kognitif (*pesimistic-cognitive mastery of life*), berbeda dengan penguasaan hidup sebelumnya yaitu dalam sasaran pemecahan masalah yang diatur dalam cara yang kurang ambisius, kemungkinan bahwa masalah tidak mungkin dipecahkan secara optimal dapat diterima. Meskipun demikian individu mungkin akan sama dalam sistematis pemecahan masalah dan penemuan informasi yang menyajikan itu.
3. Penguasaan hidup defensif-afektif (*deffensive-affective mastery of life*), didasarkan pada pandangan optimis tentang solvabilitas masalah, dalam pemecahan masalah dan dominasi faktor afektif penemuan informasi. Hal ini diwujudkan bahwa individu dapat menghindari situasi yang menyiratkan resiko kegagalan atau mudah jatuh ke dalam angan-angan yang bukan pertimbangan realistis. Gaya dalam penguasaan hidup, sebagian, bermasalah karena tidak selalu jelas bagaimana jenis ini dapat ditemukan pada dimensi optimisme terhadap pesimisme: tingkat optimisme dan pesimisme mungkin

bervariasi dari situasi ke situasi. Namun, suasana optimis sangat dominan karena individu memiliki konsepsi positif dari kemampuan kognitifnya, meskipun terdapat beberapa kegagalan dalam situasi pemecahan masalah yang sama.

4. Penguasaan hidup pesimis-afektif (*pesimistic-affective mastery of life*), dapat mengkristal dalam ekspresi “ketidakberdayaan yang dipelajari”. Salah satu tidak bergantung pada kemampuannya untuk memecahkan masalah kehidupan sehari-hari, tetapi menerapkan strategi untuk menghindari upaya sistematis untuk memperbaiki situasinya. Hanyut dari hari ke hari dan mencari kesenangan instan merupakan ciri khas dari jenis ideal penguasaan hidup ini. Penemuan informasi yang sistematis memainkan peran yang tidak penting disini karena reaksi emosional dan pikiran yang pendek mendominasi perilaku pemecahan masalah.

Konsep dasar lain dalam penemuan informasi *nonwork* adalah ambiguitas. Salah satu kesulitan terletak pada konsep yang ditinggalkan secara alamiah seperti tawaran penemuan informasi *nonwork* yang tidak berhubungan dengan pekerjaan atau aktifitas sehari-hari yang terjadi di tempat kerja. Di sisi lain, isu hubungan pekerjaan dan penemuan informasi *nonwork* cenderung tumpang tindih, misalnya, seseorang yang menemukan informasi mengenai kursus bahasa dapat berkaitan dengan dua fungsi antara pekerjaan profesional dan hobi waktu luang. Selain itu, hubungan pekerjaan dan penemuan informasi *nonwork* membagi fitur lain, misalnya kecenderungan untuk menerapkan prinsip sedikit usaha dalam konsultasi pada sumber informasi dan saluran. Dalam setiap kasus, terdapat kebutuhan untuk sebuah konsep tertentu untuk memperjelas ciri khusus dari penemuan informasi *nonwork*. Misalnya, pertanyaan besar yang sentral dalam analisis saluran formal dikonsultasikan oleh ilmuwan akademis yang belum tentu berguna bagi studi penemuan informasi yang berhubungan dengan usaha seseorang untuk menemukan pekerjaan baru.

Konsep penemuan informasi sehari-hari (ELIS) menekankan hakikat sah dari konteks *nonwork*. Istilah-istilah seperti “penemuan informasi *nonwork*” dan

“penemuan informasi masyarakat” ditinggalkan karena yang pertama masih cenderung kaku untuk digunakan, dan yang terakhir sedikit mempersempit hal tersebut terutama yang mengacu pada hak dan kewajiban masyarakat terhadap lembaga-lembaga sosial sebagai pemilih dan sebagainya. Pengenalan konsep ELIS tidak boleh ditafsirkan sebagai usaha untuk membuat pembagian yang salah antara proses hubungan pekerjaan dan penemuan informasi “lainnya” karena penemuan informasi yang berhubungan dengan pekerjaan dan konsep ELIS saling melengkapi satu sama lain. Jika didefinisikan secara luas, konsep ELIS mengacu pada perolehan berbagai elemen informasi (baik kognitif maupun ekspresif) yang orang gunakan untuk menyesuaikan diri dalam kehidupan sehari-hari atau untuk memecahkan masalah yang tidak terhubung secara langsung terhadap pelaksanaan tugas kerja. Masalah tersebut dapat dikaitkan dengan berbagai bidang kehidupan sehari-hari, misalnya, konsumsi dan perawatan kesehatan.

Cara dimana setiap individu monitor peristiwa sehari-hari dan menemukan informasi untuk memecahkan masalah-masalah tertentu yang ditentukan oleh nilai-nilai, dan karakteristik minat pada cara hidup mereka. ELIS menerima makna tersebut melalui nilai-nilai, sikap dan minat. Dalam kebanyakan kasus, relevansi sumber informasi dan saluran yang berbeda dievaluasi atas dasar keakraban dan efektivitas dalam situasi penggunaan informasi. Karena sumber informasi dan saluran yang berbeda dianggap sebagai akrab atau asing dalam konteks cara hidup, penggunaannya menjadi alamiah atau bahkan terbukti dengan sendirinya dalam situasi masalah tertentu. Maka tak heran bahwa ELIS tampaknya sering diarahkan oleh asumsi yang tidak direfleksikan tentang ketersediaan saluran dan sumber tertentu dan kemudahan dalam menggunakannya.

Kerangka penelitian ELIS pada gambar 1 telah diuji oleh Savolainen pada musim gugur tahun 1993 dalam sebuah penelitian empiris untuk menggambarkan hubungan dari konsep-konsep dasar yang telah dibahas di atas. Penelitian Savolainen ini dilakukan pada 22 orang yang tinggal di Tampere, sebuah kota pedalaman di Finlandia dengan 175.000 penduduk. Narasumber penelitian dipilih

dari dua kelas sosial yang terdiri dari kelas para pekerja buruh industri dan kelas menengah guru dengan jumlah informan masing-masing 11 orang. Tema penelitian difokuskan pada sifat pekerjaan, model konsumsi, cara penggunaan waktu luang, praktik penemuan informasi yang berorientasi dari berbagai media dan nilai-nilai yang melekat pada informasi dan penemuan informasi dalam kehidupan sehari-hari. Sampai pada akhirnya informan diminta untuk memilih situasi bermasalah yang ditemui baru-baru ini yang menimbulkan suatu insiden kritis sehingga dapat dianalisis dalam hal perilaku pemecahan masalah dan penemuan informasi praktis.

Komponen dasar studi ELIS yang terdiri dari cara hidup “urutan hal-hal” dan penguasaan hidup “menjaga hal-hal dalam rangka” merupakan komponen yang saling memastikan satu sama lain. Nilai, konsepsi dan fase saat hidup juga turut mempengaruhi cara hidup dan penguasaan hidup. Hal tersebut sama pentingnya dengan modal material (*material capital*), modal sosial (*sosial capital*) serta modal budaya dan kognitif (*cultural and cognitive capital*) yang menyediakan “peralatan dasar” untuk menemukan dan menggunakan informasi yang disesuaikan dengan konsep habitus yang diungkapkan oleh Bourdieu 1984. Hipotesis tersebut mengungkapkan bahwa faktor material sosial budaya dapat membentuk signifikansi urutan hal (cara hidup) dan praktik produksinya. Tingkat pendidikan dan sifat tugas profesional diasumsikan sebagai faktor yang paling jelas menghasilkan perbedaan dalam cara hidup dari kelas sosial. Faktor signifikan struktur cara hidup dan praktik ELIS adalah hubungan antara kerja dan waktu luang, model konsumsi serta sifat hobi. Selain faktor tersebut faktor sikap individu (*values, attitudes*) dan karakteristik situasi saat ini (*current situation*) dalam hidup juga turut diperhitungkan untuk pemecahan masalah dalam penemuan informasi. Pada intinya cara hidup dan penguasaan hidup terstruktur oleh serangkaian faktor sosial, budaya dan individu. Modal material (*material capital*) mengacu pada perolehan kekuasaan, modal sosial (*sosial capital*) sebagai sifat jaringan hubungan serta modal budaya dan kognitif (*cultural and cognitive capital*) yang diperoleh melalui pendidikan dan pengalaman hidup. Sifat

pekerjaan juga perlu ditinjau secara singkat karena mempengaruhi struktur anggaran waktu dan sifat hobi si penemu informasi.

Peninjauan praktik ELIS secara lebih lanjut juga mencurahkan perhatian pada penemuan informasi yang berorientasi mengenai kejadian terkini dan untuk menemukan informasi praktis yang berfungsi sebagai solusi untuk memecahkan masalah tertentu. Perbedaan anatar penemuan informasi yang berorientasi dan informasi praktis menyajikan analisis akhir pada tindakan nyata penemuan informasi yang berorientasi dan informasi praktis yang terjalin erat melalui pemilihan sumber informasi yang digunakan baik media elektronik maupun media cetak untuk memungkinkan analisis yang lebih mendukung praktik Everyday Life Information Seeking dalam konteks cara hidup dan penguasaan hidup.

Penjelasan mengenai praktik ELIS diatas menunjukkan bahwa ELIS menyediakan kerangka kerja yang berhubungan dengan cara hidup dan penguasaan hidup seseorang dalam menemukan informasi pada kehidupan sehari-hari. Kedua faktor tersebut bukan hanya memiliki peranan penting dalam proses penemuan informasi seseorang, tetapi juga sebagai penentu solusi dan pengambilan sikap atas masalah yang dihadapi pada saat penemuan informasi yaitu melalui pemilihan sumber informasi yang berorientasi dan sumber informasi praktis dalam praktik penemuan informasi. Praktik ELIS ini juga dapat diterapkan pada komunitas *K-Pop* yaitu ELF Surabaya dalam pemenuhan kebutuhan yang mendorong mereka untuk melakukan penemuan informasi yang berhubungan dengan kegemarannya yaitu untuk mendapatkan informasi yang berhubungan dengan *boyband* Super Junior. Penemuan informasi komunitas ELF Surabaya dapat dikaji berdasarkan konsep cara hidup dan tipologi penguasaan hidup dalam model *Everyday Life Information Seeking* yang dikembangkan oleh Savolainen (1995), sehingga dengan demikian dapat ditemukan suatu tindakan yang dapat menentukan pemecahan masalah yang dihadapi dalam penemuan informasi kehidupan sehari-hari. Konsep ELIS ini sebelumnya telah dikaji pada penelitian yang berjudul “Perilaku Penemuan Informasi Kelompok Backpacker (Pelancong Mandiri) Surabaya” oleh Aji (2015). Model perilaku penemuan informasi tersebut

diterapkan pada kelompok backpacker di Surabaya sebagai hobi yang dilakukan di luar pekerjaan. Mengingat bahwa penerapan teori ELIS oleh Savolainen masih belum banyak diterapkan maka perlu diterapkan dan diuji kepada obyek yang lain, salah satunya yaitu diuji pada komunitas *K-Pop* di Surabaya dengan pengkajian secara mendalam agar dapat melengkapi beberapa komponen sebelumnya.

## **1.6 Definisi Konseptual**

### **1.6.1 Modal Utama yang Dimiliki oleh Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan Informasi**

Modal utama yang mendasari munculnya perilaku penemuan informasi pada komunitas ELF Surabaya ditinjau berdasarkan konsep *habitus* yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu pada tahun 1984. *Habitus* merupakan latar belakang untuk konseptualisasi dalam penemuan informasi. Konsep *habitus* cenderung sebagai sistem sosial dan budaya yang ditentukan melalui cara hidup, sehingga pada akhirnya komunitas ELF Surabaya akan dapat menentukan penguasaan hidup mereka dalam menghadapi situasi masalah pada saat melakukan penemuan informasi. Cara hidup dan penguasaan hidup yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya terstruktur berdasarkan serangkaian faktor berupa faktor sosial, budaya dan individu. Berikut ini adalah faktor-faktor yang menjadi modal dasar dalam penemuan informasi sesuai dengan konsep *habitus*:

1. Nilai atau sikap individu (*values, attitudes*), sikap atau kebiasaan yang ditunjukkan dalam kegiatan yang sering dilakukan oleh anggota komunitas ELF Surabaya.
2. Modal material (*material capital*) mengacu pada perolehan kekuasaan, mengarah pada materi yang dapat mendukung kegiatan komunitas ELF Surabaya.
3. Modal sosial (*social capital*), sebagai sifat jaringan hubungan sosial antar sesama yang menjadi dasar bergabungnya individu dalam komunitas ELF Surabaya.

4. Modal budaya dan kognitif (*cultural and cognitive capital*), diperoleh melalui pendidikan dan pengalaman hidup yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya.
5. Karakteristik situasi saat ini (*current situation*), merupakan pertimbangan yang diambil dalam melakukan kegiatan sebagai anggota komunitas ELF Surabaya.

### **1.6.2 Faktor yang Melatarbelakangi Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan Informasi**

Pada model *Everyday Life Information Seeking* (ELIS) terdapat faktor cara hidup yang mendasari sebuah gaya hidup komunitas ELF Surabaya dalam melakukan penemuan informasi pada kehidupan sehari-hari. Faktor cara hidup yang melatarbelakangi komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi diantaranya yaitu analisis anggaran waktu, analisis model konsumsi barang dan jasa, serta analisis hobi. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing faktor tersebut:

1. Analisis anggaran waktu (*time budget*), didefinisikan sebagai gambaran hubungan pekerjaan dengan waktu luang yang dihabiskan untuk melakukan penemuan informasi komunitas ELF Surabaya.
2. Analisis model konsumsi (*consumption models*), didefinisikan sebagai anggaran dana yang dihabiskan komunitas ELF atas konsumsi barang atau jasa yang digunakan atau membantu dalam proses penemuan informasi.
3. Analisis hobi (*hobbies*), didefinisikan sebagai kesenangan dan kebiasaan untuk mengisi waktu luang oleh komunitas ELF Surabaya dalam kehidupan sehari-hari.

### **1.6.3 Sumber Informasi yang Digunakan Komunitas ELF Surabaya sebagai Penemu Informasi yang Berorientasi pada Kehidupan Sehari-hari**

Pemilihan sumber informasi yang digunakan oleh komunitas ELF Surabaya untuk menemukan informasi didasarkan pada informasi yang

beorientasi pada kejadian terkini dan penemuan informasi praktis sebagai solusi dari masalah tertentu. Penemuan informasi yang berorientasi ditentukan berdasarkan pemilihan sumber informasi yang berupa sumber media elektronik dan media cetak. Pemilihan sumber informasi yang berbeda merupakan bagian dari sebuah pemecahan masalah yang diambil ketika melakukan penemuan informasi pada peristiwa yang dihadapi sehari-hari sesuai dengan konsep cara hidup dan tipologi penguasaan hidup.

#### **1.6.4 Perilaku Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan Informasi yang Dibutuhkan**

Perilaku komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang dibutuhkan ditinjau melalui penguasaan hidup dalam memenuhi kebutuhan atas sesuatu yang digemarinya. Penguasaan hidup yang dimaksud disini adalah melakukan pemecahan masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi sehari-hari. Menurut model *Everyday Life Information Seeking* terdapat empat tipologi ideal yang dapat diterapkan pada penguasaan hidup komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi, diantaranya yaitu:

1. Penguasaan hidup optimis-kognitif (*Optimistic-Cognitive Mastery of Life*), ditandai dengan keahlian komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang berhubungan dengan *boyband* Super Junior serta ketergantungan yang kuat pada hasil positif terhadap pemecahan masalah yang dihadapi.
2. Penguasaan hidup pesimis-kognitif (*Pesimistic-Cognitive Mastery of Life*), ditandai dengan pendekatan pemecahan masalah oleh komunitas ELF Surabaya yang dilakukan secara pasif dan kurang ambisius sehingga terdapat kemungkinan bahwa masalah yang terjadi dalam penemuan informasi mengenai *boyband* Super Junior tidak dapat dipecahkan secara optimal.
3. Penguasaan hidup defensif-afektif (*Deffensive-Affective Mastery of Life*), ditandai dengan pendekatan pemecahan masalah yang aktif oleh komunitas ELF Surabaya guna memperoleh informasi yang lebih benar dan memuaskan

tentang *boyband* Super Junior, meskipun terdapat beberapa kegagalan dalam situasi pemecahan masalah yang sama.

4. Penguasaan hidup pesimis-afektif (*Pesimistic-Affective Mastery of Life*), ditandai dengan sikap pesimis dalam pemecahan masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dikarenakan tidak bergantung pada kemampuan yang dimiliki untuk memecahkan masalah melainkan menerapkan strategi untuk menghindari situasi.

### **I.7 Definisi Operasional**

Konsep-konsep yang harus diturunkan dalam definisi operasional dalam penelitian perilaku penemuan informasi pada komunitas *Ever Lasting Friends* (ELF) Surabaya adalah sebagai berikut:

1. Modal Utama yang Dimiliki oleh Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan Informasi
  - a. Kebiasaan yang sering dilakukan
  - b. Pengaruh modal materi
  - c. Hubungan sosial dan pergaulan
  - d. Pengalaman hidup
  - e. Pertimbangan situasi terkini
2. Faktor yang Melatarbelakangi Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan Informasi
  - a. Indikator faktor analisis anggaran waktu (*time budget*), meliputi:
    - Jenis dan beban Pekerjaan
    - Waktu yang dihabiskan untuk pekerjaan
    - Waktu luang yang dihabiskan untuk menemukan informasi
  - b. Indikator faktor analisis model konsumsi (*consumption models*), meliputi:
    - Sumber pendapatan
    - Jumlah pendapatan
    - Jenis konsumsi barang dan jasa yang menunjang kegiatan penemuan informasi

- Jumlah konsumsi yang dikelurakan
- c. Indikator faktor analisis hobi (*hobbies*), meliputi:
- Kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang berkaitan dengan hobi
  - Intensitas dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hobi
3. Sumber Informasi yang Digunakan Komunitas ELF Surabaya sebagai penemu Informasi yang Berorientasi pada Kehidupan Sehari-hari
- a. Jenis Sumber Informasi yang digunakan oleh komunitas ELF
  - b. Alasan Pemilihan Sumber Informasi oleh komunitas ELF
  - c. Intensitas Akses Sumber Informasi oleh Komunitas ELF
4. Perilaku Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan Informasi yang Dibutuhkan:
- a. Penguasaan hidup optimis-kognitif (*Optimistic-Cognitive Mastery of Life*), penguasaan hidup pesimis-kognitif (*Pesimistic-Cognitive Mastery of Life*), Indikator penguasaan hidup defensif-afektif (*Deffensive-Affective Mastery of Life*), penguasaan hidup pesimis-afektif (*Pesimistic-Affective Mastery of Life*), akan disusun dalam indikator:
    - Masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi
    - Evaluasi atas masalah yang dihadapi
    - Tindakan yang diambil untuk memecahkan masalah yang dihadapi

## **I.8 Metode dan Prosedur Penelitian**

### **I.8.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian**

Penelitian tentang perilaku penemuan informasi pada komunitas *K-Pop Ever Lasting Friends* (ELF) Surabaya ini diteliti menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian kuantitatif deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki (Nazir, 2009). Jenis penelitian ini dipilih karena peneliti bermaksud untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis melalui uji

teori atas variabel mandiri dengan menggunakan teori perilaku penemuan informasi sehari-sehari (*Everyday Life Information Seeking*) oleh Reijo Savolainen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan deskripsi atau gambaran secara sistematis mengenai perilaku penemuan informasi pada komunitas *K-Pop Ever Lasting Friends* (ELF) Surabaya, yaitu meliputi modal utama apa saja yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi, faktor apa saja yang melatarbelakangi komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi, sumber informasi apa saja yang digunakan komunitas ELF Surabaya sebagai penemu informasi yang berorientasi pada kehidupan sehari-hari dan bagaimana perilaku komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang dibutuhkan. Peneliti menggunakan pendekatan observasi dan wawancara kepada komunitas ELF Surabaya sebagai calon responden guna mendapatkan data-data yang dibutuhkan.

### **I.8.2 Lokasi Penelitian**

Pada saat ini terdapat banyak komunitas *K-Pop* di Indonesia, terutama pada kota-kota besar seperti Surabaya yang merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Timur dan kota terbesar kedua setelah Jakarta, sehingga dalam hal ini Surabaya memiliki masyarakat yang cukup kompleks dengan berbagai aktivitas masyarakat yang memunculkan gaya hidup yang beragam, salah satunya yaitu menggemari *K-Pop*. Dengan demikian akan sangat mudah ditemukan komunitas *K-Pop* di Surabaya. Komunitas *K-Pop* yang ada di Surabaya diantaranya KLOSS (*Korean Lovers Surabaya*), KPOPers (*Korean Pop Lovers*) Surabaya, ELF (*Ever Lasting Friends*) Surabaya, SONE Surabaya, EXO-L Surabaya, SHAWOL Surabaya, SJELFOREV3R, dan lain sebagainya. Penelitian tentang perilaku penemuan informasi pada komunitas *K-Pop Ever Lasting Friends* (ELF) Surabaya ini dilakukan dengan melibatkan komunitas ELF Surabaya. Anggota ELF Surabaya bukan hanya berasal dari Surabaya, melainkan dari luar atau sekitar Kota Surabaya, seperti Sidoarjo, Gresik, Mojokerto atau bahkan kota-kota lain di Sekitar Surabaya.

Komunitas ELF Surabaya merupakan komunitas penggemar *Boy Band* Super Junior yang telah berdiri sejak tahun 2011. Komunitas tersebut terdiri dari beberapa anggota yang biasanya melakukan interaksi melalui forum jejaring sosial yaitu *facebook dan twitter*. Selain itu komunitas ELF Surabaya juga sering mengadakan pertemuan (*gathering*) pada acara-acara tertentu di Surabaya yang ditujukan untuk mempererat hubungan sesama penggemar dan untuk mendukung idolanya yaitu *boyband* Super Junior. Saat ini komunitas ELF Surabaya memiliki *fanpage* di *facebook* yang disukai oleh 1783 pengguna dan *fanbase twitter* yang diikuti oleh 3153 pengguna, sedangkan anggota komunitas ELF Surabaya sendiri yang terdaftar dan terhitung memiliki *ID Card* adalah sebanyak 794 orang. Oleh karena itu atas pertimbangan tersebut maka peneliti memilih komunitas ELF Surabaya sebagai objek penelitian

### **I.8.3 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel tentang perilaku penemuan informasi pada komunitas *K-Pop Ever Lasting Friends* (ELF) Surabaya ini menggunakan teknik *Purposive Sampling* (pengambilan sampel bertujuan) dimana teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui dengan pertimbangan tertentu (Iskandar, 2010). Populasi dari penelitian ini adalah seluruh penggemar yang memiliki *ID Card* sebagai anggota komunitas ELF Surabaya yaitu sebanyak 794 orang, yang kemudian akan ditarik sebanyak 89 orang responden sebagai sampel sesuai dengan rumus yang dikemukakan oleh Slovin. Syarat lain yang diajukan oleh peneliti untuk pengambilan sampel bertujuan yaitu harus bergabung dalam komunitas ELF Surabaya melalui *facebook* maupun *twitter*.

Rumus pengambilan sampel representatif:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan:

n: Jumlah sampel yang dicari

N: Jumlah Populasi

d: Nilai presisi (misal sebesar 90% atau  $\alpha=0.1$ )

Maka perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$n = 794/794(0.1)^2 + 1 = 794/8.94 = 88.81 \text{ dibulatkan menjadi } 89$$

## **I.9 Tahapan Analisis**

### **I.9.1 Teknik Pengumpulan Data**

Data yang diperoleh peneliti dalam penelitian tentang perilaku penemuan informasi pada komunitas *K-Pop Ever Lasting Friends* (ELF) Surabaya ini adalah data kuantitatif deskriptif yaitu dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut (Iskandar, 2010):

1. Data Primer, merupakan data yang diperoleh melalui serangkaian kegiatan sebagai berikut:
  - a. Observasi, merupakan salah satu cara pengumpulan data yang utama dalam mengkaji situasi sosial yang dijadikan sebagai objek penelitian dengan menggunakan teknik observasi partisipatif, dimana peneliti berinteraksi secara penuh dalam situasi sosial dengan subjek penelitian. Dalam hal ini peneliti terjun ke lapangan, yaitu lingkungan komunitas ELF Surabaya dan mengikuti acara *gathering* yang biasa dilakukan untuk mengetahui secara langsung kegiatan yang dilakukan oleh komunitas ELF Surabaya.
  - b. Wawancara, dilakukan untuk memperoleh data yang memadai sebagai *cross ceks* yaitu dengan menggunakan teknik wawancara dengan subyek yang terlibat dalam interaksi sosial yang dianggap memiliki pengetahuan, mendalami situasi dan mengetahui informasi untuk mewakili obyek penelitian. Peneliti melakukan wawancara dengan pengurus inti komunitas

ELF Surabaya dan beberapa anggota untuk mendapatkan data pendukung yang dibutuhkan.

- c. Penyebaran Kuesioner, dilakukan untuk memperoleh data atau informasi mengenai masalah penelitian. Dalam hal ini peneliti menyebarkan kuesioner pada komunitas ELF Surabaya.
2. Data Sekunder, merupakan data yang diperoleh melalui pengumpulan atau pengolahan data yang bersifat studi dokumentasi berupa penelaah terhadap dokumen pribadi, referensi, literatur laporan, tulisan dan lain sebagainya. Pengumpulan data sekunder dilakukan peneliti melalui penelusuran jurnal atau penelitian sebelumnya tentang ELF Surabaya sebagai refensi guna menemukan karakteristik responden yang diteliti sebelum peneliti terjun ke lapangan.

### **1.9.2 Teknik Pengolahan Data**

Teknik pengolahan data dalam penelitian tentang perilaku penemuan informasi pada komunitas *K-Pop Ever Lasting Friends* (ELF) Surabaya ini dilakukan untuk kebutuhan analisis yang diperoleh dari data kuisioner yang telah diisi oleh responden. Tahapan dalam teknik pengolahan data adalah sebagai berikut

1. Validitas data lapangan, merupakan proses dimana peneliti melakukan klarifikasi, keterbacaan, konsistensi, dan kelengkapan data yang sudah terkumpul dari responden yaitu komunitas ELF Surabaya.
2. Pengembangan variabel, merupakan pengelompokan semua variabel yang dibutuhkan oleh peneliti tentang perilaku penemuan informasi pada komunitas ELF Surabaya. Peneliti mengecek kembali apakah variabel yang dibutuhkan sudah terkumpul atau belum terkumpul, jika belum maka peneliti akan melakukan pengelompokan ulang terhadap variabel tersebut.
3. Pengkodean (*coding*), merupakan tahap pengubahan data ke dalam bentuk angka, yang bertujuan untuk memindahkan dan mengolah data ke dalam

sistem SPSS. Peneliti memberikan kode terhadap variabel yang berkaitan dengan perilaku penemuan informasi pada komunitas ELF Surabaya.

4. Pembuatan Struktur Data, merupakan pembuatan seluruh struktur data yang berkaitan dengan perilaku penemuan informasi komunitas ELF Surabaya.
5. Tabulasi, merupakan tahap penggambaran atau pendeskripsian jawaban dari responden untuk menciptakan deskripsi yang sistematis mengenai perilaku penemuan informasi pada komunitas ELF Surabaya.

### **I.9.3 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang dilakukan oleh peneliti adalah teknik analisis statistik deskriptif, dimana teknik analisis ini digunakan untuk membantu peneliti mendeskripsikan ciri-ciri variabel-variabel yang diteliti atau merangkum hasil pengamatan penelitian yang telah dilakukan tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum (generalisasi dari hasil penelitian) dari data yang diperoleh melalui populasi atau sampel (Iskandar, 2010). Berikut adalah tahap yang dilakukan oleh peneliti dalam analisis data penelitian mengenai perilaku penemuan informasi pada *K-Pop Ever Lasting Friends* (ELF)

1. Pengukuran Kecenderungan Pemusatan (*Measures of Central Tendency*), merupakan pengukuran terpusat yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan satu nilai yang dapat mewakili atau representatif dari data penelitian yang diperoleh dari komunitas ELF Surabaya.
2. Analisis Deskriptif Menggunakan Program SPSS, merupakan tahap dimana data kuantitatif yang telah diolah menggunakan program SPSS 22 kemudian dianalisis dan diinterpretasikan secara teoritik. Data-data kuantitatif yang dimaksud adalah data yang diperoleh dari kuisioner dan diolah menjadi tabel serta data wawancara dengan pengelola dan beberapa anggota komunitas ELF Surabaya pada saat terjun ke lapangan. Wawancara dilakukan agar peneliti memperoleh data yang valid untuk memberi gambaran secara jelas tentang permasalahan dalam penelitian perilaku penemuan informasi pada komunitas ELF Surabaya.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM

#### II.1 Sejarah K-Pop

Sejarah *Korean Pop* atau *K-Pop* pada awalnya bermula pada saat penjajahan Jepang terhadap Korea. Pada saat itu pemerintah Korea melarang segala bentuk budaya Jepang masuk ke Korea seperti musik, film, drama, maupun kartun Jepang. Masyarakat Korea tetap menikmati budaya Jepang meskipun telah dilarang oleh pemerintah. Pada tahun 1998 setelah lepas dari penjajahan Jepang, pemerintah Korea Selatan baru memperbolehkan budaya Jepang masuk ke Korea Selatan. Pemerintah Korea Selatan mencabut segala larangan mengenai budaya Jepang yang telah ditetapkan sebelumnya, sehingga para remaja di Korea Selatan mulai menggandrungi segala hal yang berbau Jepang. Penjualan kaset musik Jepang juga jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan hasil penjualan musik Korea. Peristiwa tersebut dipandang buruk oleh kamu tua di Korea Selatan karena mengingat akan penjajahan Jepang pada awal abad 20an (Path, 2013).

Musik Korea pra modern pada awalnya muncul sekitar tahun 1930an dengan banyak pengaruh musik Jepang pada Korea. Perkembangan genre musik *K-Pop* tidak banyak terjadi karena pengaruh penjajahan Jepang pada masa itu masih sangat kuat. Pada tahun 1950an mulai masuk musik pop barat ke Korea Selatan disebabkan karena banyak pertunjukan musik yang diadakan oleh tentara di pangkalan militer Amerika Serikat yang ada di Korea Selatan. Musik pop Korea pada awalnya memiliki beragam *genre* seperti "*oldies*" yang dipengaruhi oleh gaya musik barat dan mulai sukses pada tahun 1960an. Setelah itu jenis musik *rock* mulai diperkenalkan oleh Cho Young-pil pada tahun 1970an dan diikuti dengan *genre* musik *trot* yang memiliki kemiripan dengan jenis musik *enka* dari Jepang yang cukup digemari pada saat itu.

Pada tahun 1992 mulai debut kelompok Seo Taiji and Boys pada tahun 1992 memberikan variasi baru pada musik pop Korea modern dengan *genre rock*,

*rap* dan *techno* Amerika. Kesuksesan grup musik tersebut mempengaruhi munculnya berbagai grup musik pendatang baru yang berbakat pada tahun 2000an. *Genre* musik grup pendatang baru ini seperti *Hip-Hop* dan *R&B* yang berkiblat dari Amerika. Beberapa artis sukses menembus pasar internasional seperti Rain, BooA, *boyband* BigBang, Super Junior, Gils Generation dan lain sebagainya. *Genre* musik lain seperti musik balada yang memiliki lirik yang sedih tentang percintaan juga digemari di Korea Selatan dan menjadikan jenis musik ini dijadikan *soundtrack* drama Korea.

Budaya pop Korea mulai berkembang di Asia Tenggara dan Republik Rakyat Cina pada akhir tahun 1990an. Hal ini menyebabkan masyarakat mulai mengenal istilah *Hallyu* atau *Korean Wave* yaitu menyebarnya budaya pop Korea ke seluruh dunia. *Hallyu* membuat banyak orang ingin mempelajari bahasa dan budaya Korea. Istilah *hallyu* sendiri diadopsi di Cina setelah album musik pop Korea ditayangkan di Cina dan drama Korea juga mulai ditayangkan di Cina, seperti Vietnam, Jepang, Thailand, Filipina, Indonesia dan lain sebagainya. Drama Korea inilah yang menyebabkan *K-Pop* mulai mendunia, karena pemerintah Korea melihat prospek bisnis hiburan Korea yang cukup menguntungkan (Haryani, 2012).

Drama Korea, film dan musik Korea merupakan produk utama negara Korea Selatan untuk dipasarkan di berbagai negara di dunia. Perkembangan film Korea sendiri sudah lebih didahului dengan berkembangnya film Hongkong, akan tetapi film Korea berhasil menyaingi film Hongkong. Film Korea memiliki *genre* yang bervariasi dan alur cerita yang menarik sehingga banyak mencuri perhatian masyarakat. Selama kurun waktu dua tahun keadaan Korea berubah drastis dan mulai menciptakan budaya sendiri serta mulai meninggalkan budaya Jepang. Korea juga mulai berbalik arah memberikan pengaruh budayanya kepada Jepang. Berbagai macam drama Korea juga memberikan kesuksesan yang relatif besar bagi pemerintah Korea. Drama Korea dijadikan sebagai komoditas ekspor mereka. Drama korea mulai ditayangkan oleh stasiun tv di Jepang, Taiwan, Asia Tenggara dan Cina.

Kesuksesan film dan drama Korea ini turut membuka kesempatan bagi industri hiburan Korea pada bidang lain, seperti pada bidang musik. Hal itu disebabkan karena di setiap film dan drama Korea selalu terdapat musik pengisi dalam film dan drama tersebut. Lagu yang diputar pada setiap film dan drama selalu berbeda sehingga menyebabkan semakin banyaknya lagu Korea yang tidak asing di telinga masyarakat dan menjadikan *Korean Pop* atau *K-Pop* semakin di kenal oleh masyarakat di dunia. *Boyband* dan *Girlband* juga mulai bermunculan mengisi *soundtrack* dari film dan drama Korea. Masyarakat yang suka dengan film dan drama Korea akan menyukai *soundtrack* dari serial tersebut sehingga mereka akan mencari siapa penyanyi yang mengisi *soundtrack* tersebut.

### II.1.1 Budaya K-Pop Masuk ke Indonesia

Budaya Korea mulai melanda Indonesia pada saat program Piala Dunia Korea – Jepang tahun 2002 yang berakhir dengan masuknya Korea sebagai kekuatan empat dunia dalam dunia persepakbolaan dunia. Kesuksesan Korea di Piala Dunia 2002 semakin membuat Korea terkenal di mata dunia, termasuk Indonesia. Selama berlangsungnya Piala Dunia beberapa stasiun televisi swasta di tanah air bersaing menayangkan musik, film, maupun drama Korea. Budaya Pop Korea mampu menjangkau segala umur, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa sebagai penikmat budaya Pop Korea, berbeda dengan Pop Jepang yang sudah terkenal sebelumnya karena penikmat budaya tersebut didominasi oleh para remaja (Wuryanta, 2012).

Budaya pop Korea yang menyebar ke seluruh dunia menimbulkan banyak pro kontra di kalangan masyarakat. Masyarakat menilai bahwa secara tidak langsung Korea melakukan penjajahan budaya ke berbagai negara di Dunia. Korea mulai bangkit setelah krisis moneter pada tahun 90an dan berhasil mencapai perekonomian yang sukses, hal tersebut didukung dengan semakin banyaknya produk-produk Korea yang muncul di pasaran dunia termasuk Asia. Korea sukses mengekspor budaya modern ke seluruh negara di dunia dengan berbagai produk andalan yang dimiliki dalam berbagai bidang, salah satunya yaitu

produk elektronik merk LG maupun Samsung yang sudah di kenal juga oleh masyarakat Indonesia sampai dengan *magic gar* bernama *young-ma* yang ternyata juga merupakan produksi Korea (Haryani, 2012).

Indonesia merupakan salah satu negara Asia Tenggara yang terkena wabah *korean wave*. Peristiwa tersebut dapat dilihat dengan banyaknya drama Korea yang sering di tayangkan pada beberapa stasiun televisi swasta di Indonesia seperti *Endless Love*, *Winter Sonata*, *Full House* yang mampu menarik antusias masyarakat Indonesia. Seiring dengan munculnya drama Korea, budaya Korea juga menyongsong mewabahnya virus *Korean Wave* melalui budaya musiknya yaitu *Korean Pop* atau *K-Pop* yang juga menjangkit di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dengan munculnya kegemaran orang Indonesia terhadap *boyband* dan *girlband* Korea seperti Super Junior, TVXQ, Girl Generation, BigBang, 2NE1, Wonder Girls dan lai-lain. Paras personil yang rupawan dan jenis musik yang menyenangkan untuk didengar membuat remaja Indonesia menyukai idola Korea tersebut.

Salah satu contoh kesuksesan gejolak *K-Pop* di dunia termasuk Indonesia yaitu suksesnya lagu "*Sorry Sorry*" yang dibawakan oleh Super Junior pada tahun 2009 dan disusul dengan lagu yang berjudul "*Mr. Simple*", ditambah dengan hebohnya tarian "*Gangnam Style*" yang dibawakan oleh PSY pada tahun 2012 mengiringi berkembangnya *hallyu Korean wave* semakin menyebar di seluruh penjuru dunia. Musik yang khas ditambah dengan tarian yang unik sesuai dengan rama musik membuat masyarakat Indonesia semakin banyak yang tertarik dengan *K-Pop*. *Korean wave* membuat orang-orang yang menyukainya untuk mengenal lebih dalam tentang budaya korea bukan hanya drama dan *K-Pop* melainkan juga pariwisata, makanan serta kehidupan di Korea. Penggemar *K-Pop* juga rela menghabiskan uang untuk berburu segala pernik-pernik *K-Pop*, menikmati makanan Korea yang mulai banyak di temukan di Indonesia, bahkan membeli tiket Konser pada saat idola *K-Pop* mengadakan konser di Indonesi dan hal itulah yang membuat *K-Pop* memiliki banyak penggemar di Indonesia yang jumlahnya semakin bertambah.

Ketertarikan terhadap *K-Pop* tersebut memunculkan berbagai macam kelompok penggemar atau sering disebut dengan *fandom* (*fans kingdom*) dimana hal tersebut ada karena penggemar ingin mendukung dan memiliki intensitas yang lebih untuk mengetahui segala sesuatu tentang idolanya. Fandom tersebut diantaranya yaitu ELF (*Ever Lasting Friends*) sebutan untuk *fans* Super Junior, Cassieopia untuk *fans* TVXQ, SONE untuk *fans* Girl Generation, VIP untuk *fans* BigBang dan lain sebagainya. Banyak penggemar *K-Pop* di Indonesia yang membentuk sebuah komunitas untuk mendukung *boyband* dan *girlband* idolanya dengan saling berbagi informasi mengenai berbagai *update* kegiatan yang dilakukan oleh idola *K-Pop* tersebut. Salah satu *boyband* yang terkenal di Indonesia yaitu Super Junior yang memiliki cukup banyak penggemar yang sering disebut dengan ELF (*Ever Lasting Friends*). Super Junior sering melakukan kegiatan konser di berbagai negara di dunia dan hal itulah yang membuat *boyband* tersebut memiliki banyak penggemar dari berbagai negara termasuk Indonesia. Penggemar Super Junior mengungkapkan cinta mereka melalui berbagai macam bentuk dukungan yang diwujudkan dengan berbagai macam kegiatan yang sering diadakan oleh komunitas pendukungnya seperti kegiatan *fans project*, *fans gathering*, *charity project* dan lain sebagainya.

## II.2 Sejarah Berdirinya Komunitas ELF Surabaya

Komunitas ELF atau *Ever Lasting Friends* Surabaya merupakan komunitas penggemar *boyband K-Pop* Super Junior yang berada di Surabaya. Super Junior merupakan *boyband* dari Korea Selatan yang mengawali debutnya pada 6 November 2005. Pada awalnya anggota *boyband* Super Junior terdiri dari 12 personil yaitu Leeteuk, Heechul, Han Geng, Yesung, Kangin, Shindong, Sungmin, Eunhyuk, Donghae, Siwon, Ryeowook dan Kibum. Pada tahun 2006 ditambahkan satu personil bernama Kyuhyun sehingga anggota Super Junior menjadi 13 orang. Personil Super Junior juga dibagi menjadi beberapa sub grup diantaranya yaitu Super Junior K.R.Y, Super Junior T (*Trot*), Super Junior M (Mandarin), Super Junior *Happy*, Super Junior C (*Cross-Dressing*) dan Super Junio D&E (Donghae & Eunhyuk). Super Junior juga memiliki 2 personil

tambahan yaitu Zhoumi dan Henry pada sub grup Super Junior M (Denidya, 2011).

Komunitas ELF Surabaya resmi berdiri pada 30 Juli 2011. Berdasarkan informasi dari Laras, ketua komunitas ELF Surabaya, pada awalnya komunitas ELF Surabaya dibentuk karena kesukaan beberapa orang terhadap *boyband* Super Junior yang pada saat itu sedang terkenal dengan lagunya yang berjudul “*Sorry Sorry*”. Beberapa orang tersebut awalnya saling kenal dan berinteraksi melalui *facebook* dan mulai membuat janji untuk bertemu sampai pada akhirnya terbentuklah sebuah kelompok bernama SUPERFRIENDS yang memiliki jumlah anggota yang sama dengan personil Super Junior yaitu 13 orang. Sejak saat itu anggota SUPERFRIENDS mulai berinteraksi dan sering berkumpul untuk membahas mengenai Super Junior serta mengadakan kegiatan dengan komunitas Super Junior yang lain. Kegiatan pertama yang diadakan oleh SUPERFRIENDS yaitu membuat acara berkumpul dan mengobrol melalui *webcam* bersama ELF lain dari beberapa kota di Indonesia pada bulan April 2010. Kegiatan tersebut memacu SUPERFRIENDS membuat kegiatan yang lain seperti kegiatan bersama *K-Popers* Surabaya untuk dapat berkumpul bersama penggemar Super Junior yang lain. Anggota SUPERFRIENDS sendiri semakin lama semakin bertambah seiring berjalannya waktu, namun hal tersebut tidak bertahan lama karena SUPERFRIENDS pada akhirnya bubar akibat kesibukan para pengurusnya.

Terbentuknya komunitas ELF Surabaya sendiri bertepatan dengan kegiatan yang diadakan oleh pecinta *K-Pop* di Surabaya yang bernama STALK. Komunitas tersebut membuat acara yang bekerja sama dengan radio MDC dan diadakan di Tunjungan Plaza. Acara tersebut merupakan acara yang dihadiri oleh berbagai *fandom* atau penggemar *K-Pop*, termasuk dihadiri oleh ketua ELF Surabaya yang dulunya merupakan anggota dari SUPERFRIENDS dengan membuka *stand* untuk mewakili ELF. Melalui acara tersebut penggemar Super Junior mulai bertemu, berkumpul dan mengenal satu sama lain sehingga terbentuklah komunitas ELF Surabaya karena banyak yang berminat untuk bergabung menjadi anggota Komunitas tersebut.

## II.2.1 Gambaran ELF Surabaya Saat Ini

Komunitas ELF Surabaya dikelola oleh ketua komunitas dan beberapa pengurus dari komunitas ELF Surabaya yang biasa disebut admin yang berjumlah lima orang. Tugas admin adalah untuk mengurus grup *facebook* dan *twitter* yang dimiliki oleh ELF Surabaya serta mengurus berbagai macam kegiatan yang biasanya diadakan atau didukung oleh komunitas ELF Surabaya, seperti *k-pop festival*, *fans project*, *fans gathering* dan lain sebagainya. Grup *facebook* ELF Surabaya yang bernama “ELF ~ Surabaya” saat ini beranggotakan 1783 orang sedangkan grup *twitter* yang bernama “@ELFSurabaya” telah diikuti oleh 3153 orang pengguna. Komunikasi antar anggota ELF Surabaya juga terjalin melalui beberapa media sosial lain seperti grup *chat* pada *Line* dan *WhatsApp*.

Komunitas ELF Surabaya memiliki anggota yang terdaftar dan memiliki *ID Card* sebanyak 790 orang, terdaftar sampai pada bulan April 2016. Anggota komunitas ELF Surabaya didominasi oleh wanita yang terdiri dari berbagai kalangan baik pelajar, mahasiswa maupun yang sudah bekerja. Para anggota komunitas ELF Surabaya selain bergabung melalui forum grup yang telah disediakan, mereka juga sering menghadiri berbagai macam kegiatan yang diadakan oleh komunitas ELF Surabaya seperti kegiatan yang disebutkan diatas. Syarat untuk mendaftar sebagai anggota ELF Surabaya tidaklah rumit. ELF yang ingin memiliki *ID Card* hanya perlu membayar sebesar Rp. 15. 000,- untuk biaya pembuatan *ID card* serta mengisi formulir pendaftaran yang berisi tentang data diri calon anggota komunitas ELF Surabaya. Saat ini pendaftaran *ID Card* dapat dilakukan sewaktu-waktu dan tidak harus menunggu pembukaan pendaftaran member baru seperti sebelumnya. Calon anggota dapat menghubungi admin yang bersangkutan jika ingin mendaftar sebagai member dan *ID Card* dapat diambil pada saat diadakan kegiatan yang memungkinkan anggota komunitas untuk hadir dalam kegiatan tersebut. Masa berlaku *ID Card* pun saat ini tidak dibatasi karena sebelum tahun 2014 *ID Card* hanya berlaku selama dua tahun. *ID Card* yang masa berlakunya sudah habis akan tetap memiliki fungsi yang sama dengan *ID Card* baru sehingga anggota komunitas ELF Surabaya tidak perlu

memperbaruinya kembali. Fungsi dari *ID Card* sendiri adalah anggota komunitas ELF Surabaya bisa mendapatkan potongan harga jika membeli barang yang diproduksi oleh Komunitas ELF Surabaya dan akan mendapatkan prioritas dalam pendaftaran acara yang diadakan oleh komunitas.



Gambar II.1 *ID Card* Komunitas ELF Surabaya (Sumber: dokumentasi pribadi)

Komunitas ELF Surabaya telah mengadakan beberapa acara untuk para anggotanya, diantaranya yaitu *birthday project* untuk merayakan ulang tahun personil Super Junior, *charity project* untuk kegiatan amal, *gathering* untuk menjalin keakraban sesama anggota komunitas, *k-pop festival* sebagai partner pendukung serta mengkoordinasi anggota ELF Surabaya pada saat ada konser *Super Show* seperti berangkat bersama untuk menonton konser. Komunitas ELF Surabaya juga pernah diliput oleh beberapa stasiun televisi seperti SBOtv, BBSv, Trans Tv dan Trans 7. Pada saat mengadakan acara persiapan berangkat bersama menonton konser *Super Show* di Jakarta, rombongan ELF Surabaya juga diliput oleh tim Trans Tv. Komunitas ELF Surabaya selalu mengkoordinasi ELF Surabaya untuk berangkat bersama setiap Super Junior mengadakan konser di Indonesia.

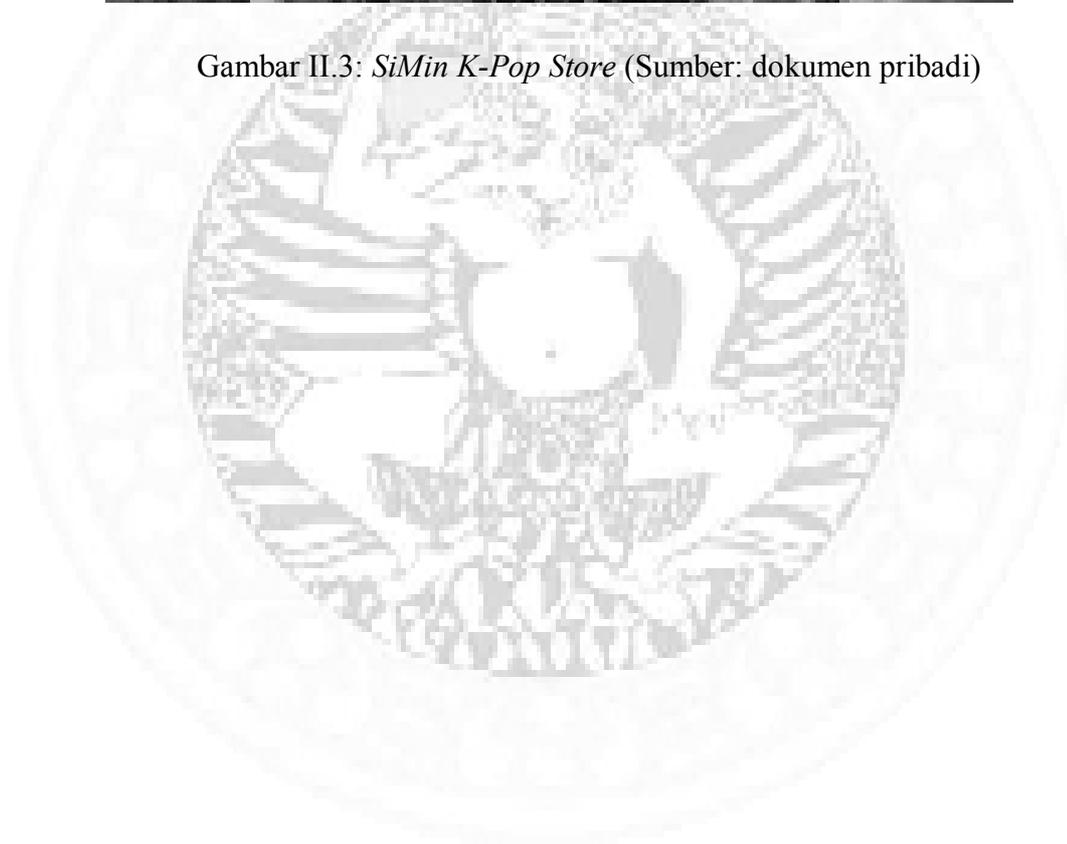


Gambar II.2 Kegiatan *K-Pop Festival* yang Didukung oleh Komunitas ELF Surabaya (Sumber: dokumen pribadi)

Pada saat ini dua dari admin komunitas ELF Surabaya bekerja sama untuk membuka toko *K-Pop* yang dinamakan *SiMin K-Pop Store* yang terletak di Royal Plaza Surabaya, lantai UG F2-05. Nama toko tersebut diambil dari nama idola pemilik toko yaitu Siwon dan Sungmin yang merupakan personel dari Super Junior. *SiMin K-Pop Store* menjual berbagai barang yang berhubungan dengan *K-Pop* seperti jaket, kaos, *lightstick*, poster, *photo card*, tas, jam, bantal, pin, gantungan kunci, dvd/album dan aksesoris lain yang berhubungan dengan idola *K-Pop*. *SiMin K-Pop Store* juga digunakan untuk tempat berkumpul serta berdiskusi bagi para pengurus dan anggota komunitas ELF Surabaya serta tempat untuk mengambil *ID Card* bagi para anggota yang sudah mendaftar.



Gambar II.3: *SiMin K-Pop Store* (Sumber: dokumen pribadi)



### BAB III

#### TEMUAN DATA

Pada bab ini akan disajikan data penelitian yang diperoleh dari lapangan. Data yang terkumpul yaitu data kuantitatif yang diperoleh dari hasil pengisian kuisioner yang dilakukan oleh responden yaitu anggota komunitas ELF Surabaya. Data kuantitatif ini ditabulasikan sehingga akan membentuk kontruksi mengenai perilaku penemuan informasi pada komunitas *K-Pop* Everlasting Friends (ELF) Surabaya yaitu meliputi modal utama yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi didasarkan pada konsep habitus, faktor yang melatarbelakangi komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi didasarkan pada faktor cara hidup, sumber informasi yang digunakan komunitas ELF Surabaya sebagai penemu informasi yang berorientasi pada kehidupan sehari-hari, serta perilaku komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang dibutuhkan berdasarkan tipologi penguasaan hidup.

#### III.1 Identitas dan Karakteristik Responden

Identitas dan karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu anggota komunitas ELF Surabaya diidentifikasi berdasarkan usia dan jenis kelamin responden.

##### III.1.1 Usia

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan karakteristik responden berdasarkan usia.

**Tabel 3.1 Usia**

| No.          | Usia          | F         | %            |
|--------------|---------------|-----------|--------------|
| 1.           | 16 – 20 tahun | 26        | 29,0         |
| 2.           | 21 - 25 tahun | 46        | 52,0         |
| 3.           | 26 – 30 tahun | 16        | 18,0         |
| 4.           | > 30 tahun    | 1         | 1,0          |
| <b>Total</b> |               | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner

Pada tabel 3.1 diatas menunjukkan bahwa anggota komunitas ELF Surabaya memiliki usia sekitar 16 - 35 tahun yaitu dengan rincian usia 16 – 20 tahun sejumlah 29% dengan frekuensi 26 orang, usia 21 – 25 tahun sejumlah 52% responden dengan frekuensi 46 orang, usia 26 – 30 tahun sejumlah 18% dengan frekuensi 16 orang dan usia > 30 tahun sejumlah 1% responden dengan frekuensi 1 orang.

### III.1.2 Jenis kelamin

Berikut adalah tabel yang menunjukkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 3.1 Jenis Kelamin**

| No.          | Jenis Kelamin | F         | %            |
|--------------|---------------|-----------|--------------|
| 1.           | Perempuan     | 87        | 98,0         |
| 2.           | Laki-laki     | 2         | 2,0          |
| <b>Total</b> |               | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner

Pada tabel 3.2 diatas menunjukkan bahwa jenis kelamin anggota komunitas ELF Surabaya yaitu sebagian besar didominasi oleh perempuan yaitu sebanyak 98% dengan frekuensi 87 orang dan laki-laki sebanyak 2% dengan frekuensi 2 orang.

### III.2 Modal Utama yang Dimiliki oleh Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan informasi

Modal utama yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi akan dijelaskan berdasarkan konsep habitus yang terdapat pada model *Everyday Life Information Seeking*. Faktor-faktor yang menjadi modal dasar dalam penemuan informasi diantaranya yaitu nilai sikap individu (*values, attitudes*), modal material (*material capital*), modal sosial (*social capital*), modal budaya dan kognitif (*cultural and cognitive capital*), serta karakteristik situasi saat ini (*current situation*). Terdapat beberapa data wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada responden mengenai konsep

modal utama yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi, yaitu sebagai berikut:

### III.2.1 Nilai atau sikap individu (*values, attitudes*)

Modal utama yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya dapat dilihat dari nilai atau sikap dari masing-masing individu. Hal tersebut dapat dilihat dari sikap atau kebiasaan yang ditunjukkan dalam kegiatan yang sering dilakukan oleh anggota komunitas ELF Surabaya. Kebiasaan yang sering dilakukan oleh anggota komunitas ELF Surabaya muncul sejak mereka mulai menyukai Super Junior. Alasan yang mendasari anggota komunitas ELF Surabaya untuk menyukai Super Junior merupakan suatu bentuk nilai yang mereka tangkap sehingga kesukaan tersebut berkembang menjadi kegiatan yang sering mereka lakukan. Berikut ini adalah informasi dari salah satu responden yang menceritakan awal mula ia menyukai Super Junior:

*“Sejak SJ merilis album ke-4 bonamana, tahun 2010. Kenapa suka suju? Duh susah ini hehe hmmm pertama karena penasaran. Kok fansnya segitu cintanya sama SJ. Terus dari situ jadi nyari-nyari semua yang berhubungan dengan SJ dan tahu kalo mereka itu menginspirasi sekali dengan segala perjuangan sampai menjadi terkenal sampai saat ini. Terus mereka itu punya bakat talent. Dan yang paling mengena adalah perlakuan mereka ke fans yang bikin tambah cinta ke SJ. Mereka selalu berusaha menunjukkan yang terbaik dan itu semua buat ELF.”(R5)*

Pernyataan responden diatas juga diperkuat oleh pernyataan responden lain yang telah lebih lama menyukai Super Junior, yaitu sebagai berikut:

*“Sejak bulan maret 2009. Suka aja, suka lagunya, suka memberny, suka persahabatan mereka” (R1)*

Kedua pernyataan diatas menunjukkan bahwa terdapat suatu nilai tertentu yang mereka tangkap dari Super Junior sehingga memunculkan suatu kebiasaan yang dilakukan atas kesukaannya tersebut. Berikut ini adalah beberapa pernyataan

responden tentang kebiasaan yang mereka lakukan setelah menyukai Super Junior:

*“Awal mula suka suju waktu nonton di acara PRO Tv ditayangin program-program musik K-Pop terus ada suju. Dari situ mulai ngumpulin berita-berita tentang suju di online kayak twit, FB, majalah-majalah K-Pop dan lain-lain.” (R60)*

*“Kalo tau lagu sorry sorry dari kakak, yaa stelah itu aku stalking all about suju, nabung buat nonton konser, sama pergi ke gathering.” (R66)*

### **III.2.2 Modal material (*material capital*)**

Modal utama komunitas ELF Surabaya dalam melakukan penemuan informasi juga dapat dilihat dari modal material yang dimiliki oleh setiap individu. Modal material mengacu pada sebuah kekuasaan yang mengarah pada materi yang dapat mendukung kegiatan Komunitas ELF Surabaya. Adanya modal material menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh anggota komunitas ELF Surabaya dalam mendukung hobi yang dimilikinya membutuhkan sebuah alat berupa materi untuk memenuhi kebutuhannya tersebut. Hal ini dapat dilihat dari beberapa pernyataan reponden yang menyatakan bahwa mereka menganggarkan dana tertentu untuk melakukan kegiatan yang berhubungan dengan Super Junior. Berikut ini adalah pernyataan dari responden yang menunjukkan tentang modal material yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya:

*“Iya jelas aku mengeluarkan banyak uang, aku seringnya beli tiket konser sama album sih.” (R12)*

*“Iya ada, beberapa ada yang buat beli majalah-majalah mereka tentang suju atau beli album mereka. Selain itu beli poster, accessories tentang suju kayak kaos, gantungan hp dan lain-lain.” (R60)*

Pernyataan lain dari responden mengenai anggaran tak terduga yang dikeluarkan untuk mendukung kegiatannya sebagai komunitas ELF:

*“Nggak juga. Kadang uang suka keluar tanpa diduga gitu. Yaa untuk beli album, beli lightstick, kalung Hyuk, dan beli tiket konser.” (R1)*

### **III.2.3 Modal sosial (*social capital*)**

Modal utama dalam melakukan penemuan informasi yaitu modal sosial yang merupakan sifat jaringan hubungan sosial antar sesama yang menjadi dasar bergabungnya individu dalam komunitas ELF Surabaya. Sifat jaringan hubungan sosial ini menunjukkan pergaulan dan interaksi yang dilakukan oleh sesama anggota komunitas yang memiliki hobi yang sama yaitu mendukung Super Junior. Modal sosial ini dapat berasal dari keluarga, teman dan lingkungan sosial. Responden mengatakan bahwa mereka memiliki banyak teman yang juga menyukai Super Junior. Kesukaan tersebut membuat hubungan sosial mereka terjalin erat sehingga dapat saling memberikan dukungan satu sama lain. Berikut adalah pernyataan responden berkaitan dengan modal sosial dalam penemuan informasi:

*“Iya ada banyak, biasanya kita pergi ke gathering sama-sama, beli album sama-sama dan hangout sama-sama.” (R66)*

*“Iya banyak, kalo sama mereka yaa bicara tentang berita terupdate SJ dan saling tukar menukar file video konser sama reality show SJ.” (R5)*

*“Lumayan banyak kak, biasanya sih membahas project maupun hal-hal yang berkaitan dengan suju.” (R65)*

Modal sosial lain berasal dari dukungan keluarga atas kegemaran yang dimiliki oleh anggota komunitas ELF Surabaya, salah satunya yaitu dukungan orang tua. Beberapa anggota komunitas ELF Surabaya mendapatkan tanggapan yang berbeda dari orang tua mereka mengenai kegemarannya terhadap *K-Pop*, khususnya Super Junior. Berikut ini adalah beberapa tanggapan orang tua yang diungkapkan oleh responden mengenai kegemaran tersebut:

*“Boleh aja asalkan uang untuk membeli album atau tiket konser dari hasil tabungan sendiri gak masalah.” (R12)*

*“Awalnya sih melarang, tapi akhirnya membiarkan.”* (R66)

Pernyataan kedua responden tersebut berbeda dengan responden berikut ini:

*“Sangat tidak setuju, orang tuaku sangat tidak suka K-Pop hahaha”* (R60)

### **III.2.4 Modal budaya dan kognitif (*cultural and cognitive capital*)**

Modal budaya dan kognitif yang dimiliki oleh anggota komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi merupakan modal yang diperoleh melalui pendidikan dan pengalaman hidup yang dimiliki. Pengalaman hidup itulah yang menanamkan sebuah pemikiran dalam memaknai suatu budaya yang ada. Anggota komunitas ELF Surabaya memiliki beberapa pengalaman menarik yang selalu diingat dalam hidupnya, khususnya dalam mendukung Super Junior. Berikut ini adalah cerita dari beberapa responden mengenai pengalaman hidupnya selama menjadi ELF yang dapat menunjukkan suatu makna budaya:

*“Banyak sebenarnya, negatif maupun positif. Tapi kalo disuruh milih yang menarik yaa waktu nonton SS5. Itu adalah kali pertama aku melakukan perjalanan jauh dengan bus, dan saya bertanggung jawab untuk mengatur tour yang diadakan oleh komunitas ELF Surabaya. Itu juga kali pertama aku harus antri selama 3 jam di tengah terik matahari dan antrian yang bisa dibilang kacau. Tapi setelah masuk dan menikmati konser, semuanya terasa berharga sekali hahaha.”* (R5)

*“Hmmm... apa yaa? Mungkin pengalaman mengadakan event K-Pop atau gathering ELF, pengalaman berinteraksi dengan banyak orang, pengalaman ngomong di depan banyak orang. Hal ini sangat berbeda dengan jaman aku belum mengenal K-Pop.”* (R1)

Pernyataan diatas juga diperkuat oleh pernyataan responden dibawah ini yang menunjukkan pengalaman hidupnya sebagai pendukung Super Junior:

*“Ada banget, dari sini aku bisa kenal dekat dengan banyak orang dimanapun tempat mereka berada. Malah dekatnya udah kayak ngelebin*

*sodara. Seru, asik, pokoknya seneng banget bisa kenal dan dekat sama orang yang punya hobi sama dengan kita.” (R65)*

### **III.2.5 Karakteristik situasi saat ini (*current situation*)**

Modal lain yang menentukan kegiatan penemuan informasi yaitu karakteristik situasi saat ini, yang merupakan pertimbangan yang diambil dalam melakukan kegiatan sebagai anggota komunitas ELF Surabaya. Penentuan karakteristik situasi saat ini dapat dilihat dari pemecahan yang diambil atas situasi masalah yang dihadapi. Berikut ini adalah pernyataan tentang masalah yang sering dihadapi beserta pemecahan yang diambil oleh anggota komunitas ELF Surabaya pada saat mencari informasi mengenai Super Junior:

*“Masalah itu biasanya banyak sumber informasi yang simpang siur sama low internet connection. Kalo udah kayak gitu aku pasti cari sumber informasi yang masuk akal.” (R12)*

*“Sejauh ini sih masalahnya di jaringan internet yang lelet. Cara ngatasinnya yaa ganti provider internet yang lain.” (R66)*

Sebagian responden juga menyatakan bahwa mereka tidak mengalami permasalahan berarti pada saat mencari informasi tentang Super Junior:

*“Gak ada masalah apa-apa, jadi gak ada yang perlu diatasi.” (R65)*

*“Sejauh ini sih gak ada masalah yang berarti.” (R5)*

### **III.3 Faktor yang Melatarbelakangi Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan Informasi**

Faktor yang melatarbelakangi komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi akan dijelaskan berdasarkan faktor cara hidup yang terdapat pada definisi konseptual dan definisi operasional yaitu terdiri dari faktor analisis anggaran waktu (*time budget*), faktor analisis model konsumsi (*consumption models*) dan faktor analisis hobi (*hobbies*).

### III.3.1 Faktor analisis anggaran waktu

Pada faktor analisis anggaran waktu terdapat indikator yang dapat menjelaskan anggota komunitas ELF Surabaya dalam membagi waktu antara bekerja dan menghabiskan waktu luang sehari-hari untuk mengisi kegiatan sebagai komunitas ELF. Indikator tersebut antara lain yaitu jenis pekerjaan, waktu yang dihabiskan untuk pekerjaan dan waktu luang yang dihabiskan untuk mengisi kegiatan sebagai anggota komunitas ELF Surabaya.

Seorang responden yang merupakan ketua pengurus komunitas ELF Surabaya dan bekerja sebagai karyawan swasta mengungkapkan bagaimana ia memanfaatkan waktunya untuk mengisi waktu di luar pekerjaannya:

*“Kalo soal cari informasi tentang SuJu sih penting banget, apalagi kan aku pegang fanpage facebooknya ELF Surabaya jadi aku perlu minimal sehari sekali meskipun Cuma cek notifikasi fanpage, kalo update info terbaru tentang SuJu buat member biasanya pas hari libur. Aku ngga mungkin ngelakuin itu waktu kerja karena nanti bakal makan waktu”*(R1)

Responden lain yang merupakan pemilik toko *K-Pop* di Royal Plaza dan salah satu pengurus komunitas ELF Surabaya mengungkapkan bahwa:

*“Aku sih sering santai mbak, soalnya kadang di toko dr siang sampe malem toko tutup, waktu santai jaga toko sih bisa nyambi update info terbarunya anak-anak suju. Kan sering pegang hapenya mbak jadi kalo bosan yaa buka medsos”*. (R23)

Sementara itu seorang mahasiswa juga mengungkapkan tentang waktu yang dihabiskannya sebagai anggota komunitas ELF:

*“Aku jadi ELF sudah sejak 2010 kak, meskipun tidak seintens dulu aku masih menyempatkan waktu luangku buat kepoin SuJu, kadang pas lagi ngga ada tugas pasti buka-buka twitter, facebook buat cari info tentang mereka”*. (R20)

Berbeda dengan pernyataan yang diungkapkan oleh seorang responden yang bekerja sebagai guru pada salah satu sekolah di Surabaya:

*“Meskipun aku guru kerja dari hari senin-jumat aku masih aktif ikut-ikut kegiatan yang berbau SuJu, kalo ada yang bikin project pas weekend kalo aku bisa pasti aku nyempetin ikut dek” (R66)*

### III.3.1.1 Jenis pekerjaan

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan indikator jenis pekerjaan utama atau pekerjaan sehari-hari anggota komunitas ELF Surabaya.

**Tabel 3.3 Jenis Pekerjaan**

| No.          | Jenis Pekerjaan | F         | %            |
|--------------|-----------------|-----------|--------------|
| 1.           | Pegawai Negeri  | 2         | 2,0          |
| 2.           | Karyawan Swasta | 43        | 48,0         |
| 3.           | Wirausahawan    | 5         | 6,0          |
| 4.           | Mahasiswa       | 29        | 33,0         |
| 5.           | Pelajar         | 10        | 11,0         |
| <b>Total</b> |                 | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner p.1

Pada tabel 3.3 diatas menunjukkan bahwa pekerjaan utama atau pekerjaan sehari-hari yang dimiliki oleh anggota komunitas ELF Surabaya dari 89 responden diantaranya yaitu pegawai negeri sejumlah 2% dengan frekuensi sebanyak 2 orang, karyawan swasta sejumlah 48% dengan frekuensi sebanyak 43 orang, wirausahawan sejumlah 6% dengan frekuensi sebanyak 5 orang, mahasiswa 33% dengan frekuensi sebanyak 29 orang dan pelajar sejumlah 11% dengan frekuensi sebanyak 10 orang.

### III.3.1.2 Waktu yang dihabiskan untuk pekerjaan

Pada indikator waktu yang dihabiskan untuk pekerjaan terdapat data kuantitatif dari responden yang telah diolah menjadi tabel yang dapat dianalisis lebih lanjut oleh peneliti yaitu tabel jumlah hari kerja/kuliah/sekolah, model

pekerjaan dan model kegiatan perkuliahan atau pembelajaran bagi responden yang berstatus sebagai mahasiswa maupun pelajar.

### III.3.1.2.1 Jumlah hari kerja/kuliah/sekolah

Berikut disajikan tabel yang menunjukkan jumlah hari kerja, kuliah dan sekolah yang dilakukan oleh anggota komunitas ELF Surabaya sehari-hari.

**Tabel 3.4 Jumlah hari kerja/kuliah/sekolah**

| No.          | Jumlah hari | F         | %            |
|--------------|-------------|-----------|--------------|
| 1.           | 7 hari      | 7         | 8,0          |
| 2.           | 6 hari      | 39        | 44,0         |
| 3.           | 5 hari      | 35        | 39,0         |
| 4.           | < 5 hari    | 8         | 9,0          |
| <b>Total</b> |             | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.2

Pada tabel 3.4 diatas menunjukkan bahwa hari kerja/kuliah/sekolah yang dilakukan oleh anggota komunitas ELF Surabaya sehari-hari yaitu sebesar 8% responden dengan jumlah 7 orang memiliki 7 hari kerja/kuliah/sekolah, sebesar 44% responden dengan jumlah 39 orang memiliki 6 hari, sebesar 39% responden dengan jumlah 35 orang memiliki 5 hari dan sebesar 9% responden dengan jumlah 8 orang memiliki <5 hari.

### III.3.1.2.2 Model pekerjaan

Berikut disajikan tabel yang menunjukkan model pekerjaan bagi responden yang telah bekerja.

**Tabel 3.5 Model Pekerjaan**

| No.          | Model Pekerjaan  | F         | %            |
|--------------|------------------|-----------|--------------|
| 1.           | <i>Full time</i> | 43        | 48,0         |
| 2.           | <i>Part time</i> | 7         | 8,0          |
| 3.           | Lainnya          | 39        | 44,0         |
| <b>Total</b> |                  | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.3

Pada tabel 3.5 diatas menunjukkan bahwa model pekerjaan yang dilakukan oleh anggota komunitas ELF Surabaya yang telah bekerja yaitu sebesar 48% responden dengan jumlah 43 orang bekerja secara *full time*, sebesar 8% responden dengan jumlah 7 orang bekerja secara *part time* dan sebesar 44% responden dengan jumlah 39 orang termasuk dalam pilihan lainnya karena mereka belum bekerja atau masih berstatus sebagai mahasiswa atau pelajar.

### III.3.1.2.3 Model kegiatan perkuliahan atau pembelajaran

Berikut disajikan tabel yang menunjukkan model perkuliahan atau pembelajaran bagi reponden yang masih berstatus mahasiswa atau pelajar.

**Tabel 3.6 Model perkuliahan/pembelajaran**

| No.          | Model perkuliahan/pembelajaran | F         | %            |
|--------------|--------------------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Senin – Jumat                  | 29        | 33,0         |
| 2.           | Senin – Sabtu                  | 10        | 11,0         |
| 3.           | Lainnya                        | 50        | 56,0         |
| <b>Total</b> |                                | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.4

Pada tabel 3.6 diatas menunjukkan bahwa model perkuliahan atau pembelajaran yang dilakukan oleh anggota komunitas ELF Surabaya yang masih berstatus sebagai mahasiswa atau pelajar yaitu sebesar 33% responden dengan jumlah 29 orang memiliki model perkuliahan/pembelajaran dari hari senin - jumat, sebesar 11% responden dengan jumlah 10 orang memiliki model perkuliahan/pembelajaran dari hari senin - sabtu dan sebesar 56% responden dengan jumlah 50 orang termasuk dalam pilihan lainnya karena telah bekerja.

### III.3.1.3 Waktu luang yang dihabiskan untuk mengisi kegiatan sebagai komunitas ELF

Pada indikator waktu yang dihabiskan untuk mengisi kegiatan sebagai anggota komunitas ELF terdapat data kuantitatif dari responden yang telah diolah menjadi tabel yang dapat dianalisis lebih lanjut oleh peneliti yaitu tabel intensitas

melakukan kegiatan sebagai komunitas ELF dan tabel cara pembagian waktu antara rutinitas pekerjaan sehari-hari dengan kegiatan sebagai komunitas ELF.

### III.3.1.3.1 Waktu yang dihabiskan untuk kegiatan sebagai komunitas ELF

Berikut disajikan tabel yang menunjukkan waktu yang dihabiskan dalam melakukan kegiatan sebagai komunitas ELF.

**Tabel 3.7 Waktu yang dihabiskan untuk kegiatan sebagai komunitas ELF**

| No.          | Waktu yang dihabiskan | F         | %            |
|--------------|-----------------------|-----------|--------------|
| 1.           | 1 – 3 bulan sekali    | 35        | 39,0         |
| 2.           | 4 – 6 bulan sekali    | 19        | 22,0         |
| 3.           | 7 – 9 bulan sekali    | 10        | 11,0         |
| 4.           | > 9 bulan sekali      | 25        | 28,0         |
| <b>Total</b> |                       | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.5

Pada tabel 3.7 diatas menunjukkan bahwa intensitas waktu yang dihabiskan oleh responden untuk mengisi kegiatan sebagai komunitas ELF yaitu sebesar 39% responden dengan jumlah 35 orang menghabiskan waktu 1 – 3 bulan sekali untuk mengikuti kegiatan, sebesar 22% responden dengan jumlah 19 orang menghabiskan waktu 4 – 6 bulan sekali untuk mengikuti kegiatan, sebesar 11% responden dengan jumlah 10 orang menghabiskan waktu 7 – 9 bulan sekali untuk mengikuti kegiatan, dan sebesar 28% responden dengan jumlah 25 orang menghabiskan waktu > 9 bulan sekali untuk mengikuti kegiatan.

### III.3.1.3.1 Pembagian waktu antara rutinitas pekerjaan sehari-hari dengan kegiatan sebagai komunitas ELF

Berikut disajikan tabel yang menunjukkan pembagian waktu antara rutinitas sehari-hari dengan kegiatan yang dilakukan responden sebagai komunitas ELF.

**Tabel 3.8 Pembagian waktu antara rutinitas pekerjaan sehari-hari dengan kegiatan sebagai komunitas ELF**

| No.          | Pembagian waktu                                  | F         | %            |
|--------------|--|-----------|--------------|
| 1.           | Disela-sela pekerjaan/perkuliah/pembelajaran     | 20        | 23,0         |
| 2.           | Setelah pekerjaan/perkuliah/pembelajaran selesai | 17        | 19,0         |
| 3.           | Hari Libur                                       | 52        | 58,0         |
| <b>Total</b> |  | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.6

Pada tabel 3.8 diatas menunjukkan bahwa pembagian waktu antara rutinitas sehari-hari dengan kegiatan yang dilakukan responden sebagai komunitas ELF yaitu sebesar 23% responden dengan jumlah 20 orang membagi waktu disela-sela pekerjaan/perkuliah/pembelajaran, sebesar 19% responden dengan jumlah 17 orang membagi waktu setelah pekerjaan/perkuliah/pembelajaran selesai dan 58% responden dengan jumlah 52 orang membagi waktu pada saat hari libur.

### III.3.2 Faktor analisis model konsumsi

Pada faktor analisis model konsumsi barang dan jasa terdapat indikator yang dapat menjelaskan bagaimana model konsumsi yang dilakukan oleh responden, terutama untuk mendukung kegiatan mereka sebagai anggota komunitas ELF Surabaya. Indikator dalam analisis model konsumsi tersebut diantaranya yaitu sumber pendapatan, jumlah pendapatan, jenis konsumsi barang dan jasa yang menunjang kegiatan sebagai komunitas elf, serta jumlah konsumsi yang dikeluarkan.

Seorang responden yang merupakan Karyawan Swasta di salah satu perusahaan di Malaysia mengungkapkan bahwa:

*“Aku disini gajinya 3 jutaan kak yen, kalo masalah beli-beli barang jarang, paling kalo pengen beli DVD pas mereka comeback, soalnya disini juga anak rantau jadi perlu berhemat kak hehe”. (R65)*

Responden lain yang merupakan seorang pelajar mengungkapkan bahwa:

*“Karena aku masih sekolah yaa mengandalkan uang saku dari mama, itupun ga banyak harus dibagi sama beli jajan dan yang lain. Jadi kalo aku pengen beli aksesoris K-Pop yaa aku harus nabung dulu nyisihin uang saku”.* (R10)

Pernyataan kedua responden diatas berbeda dengan pernyataan responden yang berwirausaha menjual aksesoris dan barang yang berhubungan dengan K-Pop:

*“Aku punya toko otomatis aku harus kulakan barang-barang K-Pop yang baru, uang hasil toko aku puterin. Kalo konsumsi pribadi yang lebih ke suju biasanya aku beli Album, photobook, sama beli tiket konser. Kalo ada barang lucu di toko aku ambil sendiri kadang-kadang hehehe”* (R23)

### III.3.2.1 Sumber Pendapatan

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan indikator sumber pendapatan anggota komunitas ELF Surabaya.

**Tabel 3.9 Sumber Pendapatan**

| No.          | Sumber Pendapatan        | F         | %            |
|--------------|--------------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Gaji dari pekerjaan      | 52        | 58,0         |
| 2.           | Uang saku dari orang tua | 37        | 42,0         |
| <b>Total</b> |                          | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.7

Pada tabel 3.9 di atas menunjukkan tentang sumber pendapatan anggota komunitas ELF Surabaya yaitu sebesar 58% responden dengan jumlah 52 orang memiliki sumber pendapatan yang berasal dari gaji pekerjaan dan sebesar 42% responden dengan jumlah 37 orang memiliki sumber pendapatan yang berasal dari uang saku orang tua.

### III.3.2.2 Jumlah Pendapatan

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan indikator jumlah pendapatan anggota komunitas ELF Surabaya.

**Tabel 3.10 Jumlah Pendapatan**

| No.          | Jumlah Pendapatan    | F         | %            |
|--------------|----------------------|-----------|--------------|
| 1.           | > 5 juta per bulan   | 5         | 6,0          |
| 2.           | 3 – 5 juta per bulan | 12        | 14,0         |
| 3.           | 1 -3 juta per bulan  | 36        | 40,0         |
| 4.           | < 1 juta per bulan   | 36        | 40,0         |
| <b>Total</b> |                      | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.8

Pada tabel 3.10 di atas menunjukkan tentang jumlah pendapatan anggota komunitas ELF Surabaya yaitu sebesar 6% responden dengan jumlah 5 orang memiliki jumlah pendapatan > 5 juta per bulan, sebesar 14% responden dengan jumlah 12 orang memiliki jumlah pendapatan sebesar 3 – 5 juta perbulan, sebesar 40% responden dengan jumlah 36 orang memiliki jumlah pendapatan sebesar 1 -3 juta per bulan dan 40% responden lainnya dengan jumlah 36 orang memiliki jumlah pendapatan sebesar <1 juta per bulan.

### III.3.2.3 Jenis konsumsi barang dan jasa yang menunjang kegiatan sebagai komunitas ELF

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan indikator jenis konsumsi barang dan jasa yang menunjang kegiatan anggota komunitas ELF Surabaya.

**Tabel 3.11 Jenis konsumsi barang dan jasa**

| No.          | Jenis konsumsi            | F         | %            |
|--------------|---------------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Tiket Konser              | 20        | 23,0         |
| 2.           | DVD/Album Musik           | 34        | 38,0         |
| 3.           | Majalah/ <i>Photobook</i> | 9         | 10,0         |
| 4.           | Aksesoris/ <i>Stuff</i>   | 26        | 29,0         |
| <b>Total</b> |                           | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.9

Pada tabel 3.11 diatas menunjukkan jenis konsumsi barang dan jasa yang dilakukan oleh responden guna menunjang kegiatan mereka sebagai komunitas ELF yaitu sebesar 23% responden dengan jumlah 20 orang memprioritaskan untuk membeli tiket konser, sebesar 38% responden dengan jumlah 34 orang memprioritaskan untuk membeli DVD/Album Musik, sebesar 10% responden dengan jumlah 9 orang memprioritaskan untuk membeli majalah/*photobook* dan sisanya sebesar 29% responden dengan jumlah 26 orang memprioritaskan untuk membeli aksesoris/*stuff*.

### III.3.2.4 Jumlah konsumsi yang dikeluarkan

Pada indikator jumlah konsumsi yang dikeluarkan oleh anggota komunitas ELF terdapat data kuantitatif dari responden yang telah diolah menjadi tabel yang dapat dianalisis lebih lanjut oleh peneliti yaitu tabel jumlah uang yang dikeluarkan atas konsumsi yang telah dipilih dan cara pembagian pendapatan dengan konsumsi yang dikeluarkan.

#### III.3.2.4.1 Jumlah uang yang dikeluarkan

Berikut disajikan tabel yang menunjukkan jumlah uang yang dikeluarkan atas konsumsi yang dipilih anggota komunitas ELF Surabaya.

**Tabel 3.12 Jumlah uang yang dikeluarkan**

| No.          | Jumlah uang | F         | %            |
|--------------|-------------|-----------|--------------|
| 1.           | > 5 juta    | 4         | 5,0          |
| 2.           | 3 – 5 juta  | 2         | 2,0          |
| 3.           | 1 – 3 juta  | 25        | 28,0         |
| 4.           | < 1 juta    | 58        | 65,0         |
| <b>Total</b> |             | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner p.10

Pada tabel 3.12 diatas menunjukkan bahwa jumlah uang yang dikeluarkan atas konsumsi yang dipilih oleh anggota komunitas ELF Surabaya yaitu sebesar 5% responden dengan jumlah 4 orang memiliki jumlah pengeluaran > 5 juta, sebesar 2% responden dengan jumlah 2 orang memiliki jumlah pengeluaran 3 – 5 juta, sebesar 28% responden dengan jumlah 25 orang memiliki jumlah

pengeluaran 1 - 3 juta dan sebesar 65% responden dengan jumlah 58 orang memiliki jumlah pengeluaran < 1 juta.

#### III.3.2.4.2 Cara pembagian pendapatan dengan konsumsi yang dikeluarkan

Berikut disajikan tabel yang menunjukkan cara anggota komunitas ELF Surabaya dalam membagi pendapatannya dengan konsumsi yang dikeluarkan.

**Tabel 3.13 Cara pembagian pendapatan**

| No.          | Cara pembagian                       | F         | %            |
|--------------|--------------------------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Menyisihkan sebagian gaji            | 53        | 60           |
| 2.           | Menyisihkan uang saku                | 32        | 36,0         |
| 3.           | Berusaha mencari penghasilan sendiri | 4         | 4,0          |
| 4.           | Menggunakan sebagian uang beasiswa   | 0         | 0            |
| <b>Total</b> |                                      | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner p.11

Pada tabel 3.13 diatas menunjukkan cara pembagian pendapatan yang dimiliki dengan konsumsi yang dikeluarkan oleh anggota komunitas ELF Surabaya yaitu sebesar 60% responden dengan jumlah 53 orang menyisihkan sebagian gaji, 36% responden dengan jumlah 32 orang menyisihkan uang saku, 4% respon dengan jumlah 4 orang berusaha mencari penghasilan sendiri dan tidak ada responden yang menggunakan sebagian uang beasiswa.

#### III.3.3 Faktor Analisis Hobi

Pada faktor analisis hobi terdapat indikator yang dapat menjelaskan bagaimana anggota komunitas ELF Surabaya mengisi waktu luangnya berkaitan dengan hobi yang dimiliki. Indikator dalam analisis hobi diantaranya yaitu kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang berkaitan dengan hobi dan intensitas dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hobi.

Seperti pernyataan yang diungkapkan oleh salah satu responden yang merupakan seorang dokter hewan mengenai kegiatan yang biasanya dilakukan untuk mengisi waktu luang:

*“Kalo ada waktu luang yaa biasalah yen aku buka-buka twitter terus chat sama anak-anak ngomongin Suju, kalo di rumah sih bisa WiFian nonton video mereka. Tapi kalo di klinik yaa ga sempet mau nonton video, kadang kalo klinik lagi sepi cuma stalk twitter sama instagram, itupun gabisa lama” (R12)*

Pernyataan lain juga diungkapkan oleh seorang responden yang merupakan mahasiswa akhir di Universitas Airlangga:

*“Aku udah ga seaktif dulu yen. Masih sih suka cari info terbaru mereka tapi itu kalo lagi nganggur. Kan posisinya sekarang lagi skripsi jadi lebih memprioritaskan skripsi. Paling pas ngerjain skripsi kalo lagi jenuh gitu iseng cari info, terus abis itu ngerjain lagi, jadi ga sampe sejam kayak gitu”(R5)*

Berbeda dengan pernyataan yang diungkapkan oleh seorang responden yang bekerja sebagai guru pada salah satu sekolah di Surabaya:

*“Kalo cari informasi juga masih aktif banget, apalagi download dan nonton video. Ini aku punya tab khusus buat kegiatan fangirling hehe... meskipun sibuk di sekolah tapi kalo tugasku udah slese aku pati fangirlingan. Gimana yaa, susah lepasnya aku udah cinta banget sama suju” (R66)*

### **III.3.3.1 Kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang berkaitan dengan hobi**

Berikut adalah tabel kegiatan yang dilakukan oleh anggota komunitas ELF Surabaya untuk mengisi waktu luang berkaitan dengan hobi.

**Tabel 3.14 Kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang berkaitan dengan hobi**

| No. | Kegiatan yang dilakukan                             | F  | %    |
|-----|---|----|------|
| 1.  | Mencari tahu informasi terbaru tentang Super Junior | 57 | 64,0 |

|              |                            |           |              |
|--------------|----------------------------|-----------|--------------|
| 2.           | Menonton video             | 14        | 16,0         |
| 3.           | Mendengarkan musik         | 14        | 16,0         |
| 4.           | Membaca <i>fan fiction</i> | 4         | 4,0          |
| <b>Total</b> |                            | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.12

Pada tabel 3.14 diatas menunjukkan kegiatan yang paling sering dilakukan oleh anggota komunitas ELF Surabaya untuk mengisi waktu luang berkaitan dengan hobi mereka, diantaranya yaitu sebesar 64% responden dengan jumlah 57 orang memilih untuk mencari tahu informasi terbaru tentang Super Junior, 16% responden dengan jumlah 14 orang memilih untuk menonton video, 16% responden lainnya dengan jumlah 14 orang memilih untuk mendengarkan musik dan 4% responden dengan jumlah 4 orang memilih untuk membaca *fanfiction*.

### III.3.3.2 Intensitas dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hobi

Berikut ini adalah tabel intensitas kegiatan yang dilakukan berkaitan dengan hobi anggota komunitas ELF Surabaya.

**Tabel 3.15 Intensitas dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hobi**

| No.          | Intensitas dalam melakukan kegiatan | F         | %            |
|--------------|-------------------------------------|-----------|--------------|
| 1.           | 1 – 3 jam                           | 53        | 60,0         |
| 2.           | 4 – 6 jam                           | 31        | 35,0         |
| 3.           | 7 – 9 jam                           | 2         | 2,0          |
| 4.           | > 9 jam                             | 3         | 3,0          |
| <b>Total</b> |                                     | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.13

Pada tabel 3.15 menunjukkan tentang intensitas komunitas ELF Surabaya dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hobi mereka, diantaranya yaitu sebesar 60% responden dengan jumlah 53 orang melakukan kegiatan tersebut selama 1 – 3 jam, sebesar 35% responden dengan jumlah 31 orang melakukannya selama 4 – 6 jam, 2% responden dengan jumlah 2 orang melakukannya selama 7 – 9 jam dan sebanyak 3% responden dengan jumlah 3 orang melakukannya selama . 9 jam.

### III.4 Sumber Informasi yang Digunakan Komunitas ELF Surabaya sebagai Penemu Informasi yang Berorientasi pada Kehidupan Sehari-hari

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai sumber informasi yang digunakan oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang berorientasi pada kejadian terkini dalam kehidupan sehari-hari, khususnya informasi yang berkaitan tentang idola mereka yaitu Super Junior. Penggunaan sumber informasi oleh komunitas ELF Surabaya ini disusun dalam indikator yaitu jenis sumber informasi yang digunakan oleh komunitas ELF, alasan pemilihan sumber informasi tersebut dan intensitas akses sumber informasi.

Responden yang merupakan seorang pelajar mengatakan bahwa:

*“Cari informasi aku lebih sering di fanbase ato fansite sih kak, soalnya gampang dan cepet updatenya. Salah satunya yaa twitternya ELF Surabaya itu sama ada akun fanbase yang lain juga banyak, tapi kalo misal cetak emmm... oya tabloid. Aku suka beli tabloid gaul soalnya suka ada update K-Popnya sama sering dapet bonus poster juga” (R14)*

Sementara itu responden lain yang merupakan mahasiswa juga mengungkapkan bahwa:

*“Untuk akses informasi sendiri lebih prefer ke website master mbak, soalnya lebih mudah dan cepet terus juga informasinya akurat. Kalo untuk beli-beli kayak majalah itu kadang-kadang aku pernah beli K-Pop magazine kalo pas liat bonusnya menarik tak beli tapi yaa itu ga selalu beli. Soalnya kan kalo majalah ada edisinya mbak jadi ga seupdate kalo kita langsung cari informasi di website” (R 16)*

Pernyataan kedua responden diatas diperkuat oleh responden yang merupakan salah satu admin yang menjalankan twitter Komunitas ELF Surabaya:

*“Yaa aku admin twitter, tugasku share macem-macem info suju, update sehari minimal buka twitter satu kali, kan kalo ga kayak gitu nanti twitternya sepi. Biasanya aku cari informasi dulu lewat fanbase-fanbase*

*master yang di Korea terus aku forward di timeline. Soalnya kalo dari fanbase master itu uptodate banget dan akurat juga. Tapi kalo media cetak sering juga tapi untuk koleksi pribadi bukan untuk share info buat twitter". (R 26)*

### III.4.1. Jenis sumber informasi yang digunakan oleh komunitas ELF

Pada jenis sumber informasi yang digunakan oleh komunitas ELF Surabaya ditemukan data yang menunjukkan jenis sumber informasi yaitu media elektronik dan media cetak yang sering diakses oleh anggota komunitas ELF untuk menemukan informasi, data dari responden tersebut diolah dan membentuk suatu tabulasi yang dapat dianalisis lebih lanjut.

#### III.4.1.1 Sumber informasi media elektronik

Berikut ini adalah tabel sumber informasi berupa media elektronik yang sering diakses oleh komunitas ELF Surabaya untuk menemukan informasi mengenai Super Junior.

**Tabel 3.16 Sumber informasi media elektronik**

| No.          | Media elektronik        | F         | %            |
|--------------|-------------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Komunitas <i>online</i> | 69        | 78,0         |
| 2.           | <i>Website</i>          | 19        | 21,0         |
| 3.           | Televisi                | 1         | 1,0          |
| 4.           | Radio                   | 0         | 0            |
| <b>Total</b> |                         | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner p.14

Pada tabel 3.16 menunjukkan tentang sumber informasi media elektronik yang sering diakses oleh komunitas ELF Surabaya yaitu dapat dilihat sebesar 78% responden dengan jumlah 69 orang memilih komunitas *online* sebagai sumber informasi yang sering diakses, sebesar 21% responden dengan jumlah 19 orang memilih *website*, 1% responden dengan jumlah 1 orang memilih televisi, dan tidak ada responden yang memilih radio sebagai sumber informasi.

### III.4.1.2 Sumber informasi media cetak

Berikut ini adalah tabel sumber informasi berupa media cetak yang sering diakses oleh komunitas ELF Surabaya untuk menemukan informasi mengenai Super Junior.

**Tabel 3.17 Sumber informasi media cetak**

| No.          | Media cetak | F         | %            |
|--------------|-------------|-----------|--------------|
| 1.           | Majalah     | 49        | 55,0         |
| 2.           | Tabloid     | 35        | 39,0         |
| 3.           | Koran       | 4         | 5,0          |
| 4.           | Buku        | 1         | 1,0          |
| <b>Total</b> |             | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner p.15

Pada tabel 3.17 menunjukkan tentang sumber informasi berupa media cetak yang sering diakses oleh komunitas ELF Surabaya yaitu dapat dilihat sebesar 55% responden dengan jumlah 49 orang memilih majalah sebagai sumber informasi yang sering diakses, sebesar 39% responden dengan jumlah 35 orang memilih tabloid, 5% responden dengan jumlah 4 orang memilih koran, dan 1% responden dengan jumlah 1 orang memilih buku.

### III.4.2 Alasan pemilihan sumber informasi oleh komunitas ELF

Pada bagian ini ditemukan data mengenai alasan pemilihan sumber informasi yang sering diakses oleh komunitas ELF Surabaya untuk menemukan informasi. Alasan pemilihan juga didasarkan pada masing-masing jenis sumber informasi yang telah dipilih pada indikator sebelumnya yaitu alasan pemilihan sumber informasi media cetak dan media elektronik.

#### III.4.2.1 Alasan pemilihan sumber informasi media elektronik

Berikut ini adalah tabel alasan pemilihan sumber informasi berupa media elektronik oleh komunitas ELF Surabaya untuk menemukan informasi mengenai Super Junior.

**Tabel 3.18 Alasan pemilihan sumber informasi media elektronik**

| No.          | Alasan pemilihan                 | F         | %            |
|--------------|----------------------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Informasi tepat dan akurat       | 6         | 7,0          |
| 2.           | Mudah dan cepat diakses          | 34        | 38,0         |
| 3.           | Informasi yang <i>up to date</i> | 47        | 53,0         |
| 4.           | Bahasa yang mudah dipahami       | 2         | 2,0          |
| <b>Total</b> |                                  | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner p.16

Pada tabel 3.18 menunjukkan tentang alasan pemilihan sumber informasi berupa media elektronik oleh komunitas ELF Surabaya yaitu dapat dilihat sebesar 7% responden dengan jumlah 6 orang memilih media elektronik dikarenakan informasi tepat dan akurat, sebesar 38% responden dengan jumlah 34 orang karena mudah dan cepat diakses, 53% responden dengan jumlah 47 orang karena informasi yang *up to date*, dan 2% responden dengan jumlah 2 orang karena bahasa yang mudah dipahami.

#### III.4.2.2 Alasan pemilihan sumber informasi cetak

Berikut ini adalah tabel alasan pemilihan sumber informasi berupa media cetak oleh komunitas ELF Surabaya untuk menemukan informasi mengenai Super Junior.

**Tabel 3.19 Alasan pemilihan sumber informasi cetak**

| No.          | Alasan pemilihan                 | F         | %            |
|--------------|----------------------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Informasi tepat dan akurat       | 18        | 20,0         |
| 2.           | Mudah dan cepat diakses          | 9         | 10,0         |
| 3.           | Informasi yang <i>up to date</i> | 7         | 8,0          |
| 4.           | Bahasa yang mudah dipahami       | 55        | 62,0         |
| <b>Total</b> |                                  | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner p.17

Pada tabel 3.19 menunjukkan tentang alasan pemilihan sumber informasi berupa media cetak oleh komunitas ELF Surabaya yaitu dapat dilihat sebesar 20% responden dengan jumlah 18 orang memilih media cetak dikarenakan memiliki informasi yang tepat dan akurat, sebesar 10% responden dengan jumlah 9 orang

karena mudah dan cepat diakses, 8% responden dengan jumlah 7 orang karena informasi yang *up to date*, dan 62% responden dengan jumlah 55 orang karena bahasa yang mudah dipahami.

### III.4.3 Intensitas akses sumber informasi oleh komunitas ELF

Pada bagian ini ditemukan data mengenai intensitas akses sumber informasi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi. Intensitas akses juga didasarkan pada masing-masing jenis sumber informasi yang telah dipilih pada indikator sebelumnya yaitu intensitas akses sumber informasi media cetak dan media elektronik.

#### III.4.3.1 Intensitas akses sumber informasi media elektronik

Berikut ini adalah tabel intensitas akses sumber informasi berupa media elektronik oleh komunitas ELF Surabaya untuk menemukan informasi mengenai Super Junior.

**Tabel 3.20 Intensitas akses sumber informasi media elektronik**

| No.          | Intensitas akses | F         | %            |
|--------------|------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Sering sekali    | 47        | 53,0         |
| 2.           | Sering           | 27        | 30,0         |
| 3.           | Kadang-kadang    | 14        | 16,0         |
| 4.           | Jarang           | 1         | 1,0          |
| <b>Total</b> |                  | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner p.18

Pada tabel 3.20 menunjukkan tentang intensitas akses sumber informasi berupa media elektronik oleh komunitas ELF Surabaya yaitu dapat dilihat sebesar 53% responden dengan jumlah 47 orang memiliki intensitas sering sekali, sebesar 30% responden dengan jumlah 27 orang memiliki intensitas sering, 16% responden dengan jumlah 14 orang memiliki intensitas kadang-kadang, dan 1% responden dengan jumlah 1 orang memiliki intensitas jarang.

### III.4.3.2 Intensitas akses sumber informasi media cetak

Berikut ini adalah tabel intensitas akses sumber informasi berupa media cetak oleh komunitas ELF Surabaya untuk menemukan informasi mengenai Super Junior.

**Tabel 3.21 Intensitas akses sumber informasi media cetak**

| No.          | Intensitas akses | F         | %            |
|--------------|------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Sering sekali    | 4         | 4,0          |
| 2.           | Sering           | 10        | 11,0         |
| 3.           | Kadang-kadang    | 38        | 43,0         |
| 4.           | Jarang           | 37        | 42,0         |
| <b>Total</b> |                  | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner p.19

Pada tabel 3.21 menunjukkan tentang intensitas akses sumber informasi berupa media cetak oleh komunitas ELF Surabaya yaitu dapat dilihat sebesar 4% responden dengan jumlah 4 orang memiliki intensitas sering sekali, sebesar 11% responden dengan jumlah 10 orang memiliki intensitas sering, 43% responden dengan jumlah 38 orang memiliki intensitas kadang-kadang, dan 42% responden dengan jumlah 37 orang memiliki intensitas jarang.

### III.5 Perilaku Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan Informasi yang Dibutuhkan

Perilaku komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang dibutuhkan akan digambarkan melalui tipologi penguasaan hidup. Terdapat empat tipe ideal penguasaan hidup diantaranya yaitu penguasaan hidup optimis-kognitif (*optimistic-cognitive mastery of life*), penguasaan hidup pesimis-kognitif (*pesimistic-cognitive mastery of life*), penguasaan hidup defensif-afektif (*deffensive-affective mastery of life*) dan penguasaan hidup pesimis-afektif (*pesimistic-affective mastery of life*). Tipologi penguasaan hidup tersebut disusun ke dalam indikator masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi, evaluasi atas masalah yang dihadapi, dan tindakan yang diambil untuk memecahkan masalah yang dihadapi.

### III.5.1 Masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi berkaitan dengan super junior

Pada bagian ini ditemukan data mengenai beberapa masalah yang dialami oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi. Data tersebut kemudian diolah dan menghasilkan sebuah tabulasi yang dapat dipaparkan lebih lanjut oleh peneliti.

#### III.5.1.1 Informasi yang diperoleh kurang tepat dan akurat

Berikut adalah tabel persetujuan atas permasalahan yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya pada saat menemukan informasi.

**Tabel 3.22 Informasi yang diperoleh kurang tepat dan akurat**

| No.          | Persetujuan         | F         | %            |
|--------------|---------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Sangat Setuju       | 3         | 3,0          |
| 2.           | Setuju              | 28        | 32,0         |
| 3.           | Tidak Setuju        | 52        | 58,0         |
| 4.           | Sangat Tidak setuju | 6         | 7,0          |
| <b>Total</b> |                     | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner p.20

Pada tabel 3.22 menunjukkan tentang persetujuan atas masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yaitu dapat dilihat sebesar 3% responden dengan jumlah 3 orang sangat setuju atas pernyataan tersebut, sebesar 32% responden dengan jumlah 28 orang setuju, 58% responden dengan jumlah 52 orang tidak setuju, dan 7% responden dengan jumlah 6 orang sangat tidak setuju.

#### III.5.1.2 Informasi susah untuk diakses

Berikut adalah tabel persetujuan atas permasalahan yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya pada saat menemukan informasi.

**Tabel 3.23 Informasi susah untuk diakses**

| No. | Persetujuan   | F | %   |
|-----|---------------|---|-----|
| 1.  | Sangat Setuju | 1 | 1,0 |

|              |                     |           |              |
|--------------|---------------------|-----------|--------------|
| 2.           | Setuju              | 15        | 17,0         |
| 3.           | Tidak Setuju        | 54        | 61,0         |
| 4.           | Sangat Tidak setuju | 19        | 21,0         |
| <b>Total</b> |                     | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.21

Pada tabel 3.23 menunjukkan tentang persetujuan atas masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yaitu dapat dilihat sebesar 1% responden dengan jumlah 1 orang sangat setuju atas pernyataan tersebut, sebesar 17% responden dengan jumlah 15 orang setuju, 61% responden dengan jumlah 54 orang tidak setuju, dan 21% responden dengan jumlah 19 orang sangat tidak setuju.

### III.5.1.3 Informasi tidak *up to date*

Berikut adalah tabel persetujuan atas permasalahan yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya pada saat menemukan informasi.

**Tabel 3.24 Informasi tidak *up to date***

| No.          | Persetujuan         | F         | %            |
|--------------|---------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Sangat Setuju       | 1         | 1,0          |
| 2.           | Setuju              | 8         | 9,0          |
| 3.           | Tidak Setuju        | 54        | 61,0         |
| 4.           | Sangat Tidak setuju | 26        | 29,0         |
| <b>Total</b> |                     | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.22

Pada tabel 3.24 menunjukkan tentang persetujuan atas masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yaitu dapat dilihat sebesar 1% responden dengan jumlah 1 orang sangat setuju atas pernyataan tersebut, sebesar 9% responden dengan jumlah 8 orang setuju, 61% responden dengan jumlah 54 orang tidak setuju, dan 29% responden dengan jumlah 26 orang sangat tidak setuju.

### III.5.1.4 Bahasa tidak mudah dipahami

Berikut adalah tabel persetujuan atas permasalahan yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya pada saat menemukan informasi.

**Tabel 3.25 Bahasa tidak mudah dipahami**

| No.          | Persetujuan         | F         | %            |
|--------------|---------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Sangat Setuju       | 1         | 1,0          |
| 2.           | Setuju              | 31        | 35,0         |
| 3.           | Tidak Setuju        | 49        | 55,0         |
| 4.           | Sangat Tidak setuju | 8         | 9,0          |
| <b>Total</b> |                     | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.23

Pada tabel 3.25 menunjukkan tentang persetujuan atas masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yaitu dapat dilihat sebesar 1% responden dengan jumlah 1 orang sangat setuju atas pernyataan tersebut, sebesar 35% responden dengan jumlah 31 orang setuju, 55% responden dengan jumlah 49 orang tidak setuju, dan 9% responden dengan jumlah 8 orang sangat tidak setuju.

### III.5.1.5 Masalah teknis

Berikut adalah tabel persetujuan atas permasalahan yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya pada saat menemukan informasi.

**Tabel 3.26 Masalah teknis**

| No.          | Persetujuan         | F         | %            |
|--------------|---------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Sangat Setuju       | 18        | 20,0         |
| 2.           | Setuju              | 37        | 42,0         |
| 3.           | Tidak Setuju        | 32        | 36,0         |
| 4.           | Sangat Tidak setuju | 2         | 2,0          |
| <b>Total</b> |                     | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.24

Pada tabel 3.26 menunjukkan tentang persetujuan atas masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yaitu dapat dilihat sebesar 20% responden dengan jumlah 18 orang sangat setuju atas pernyataan tersebut, sebesar 42% responden dengan jumlah 37 orang setuju, 36% responden dengan jumlah 32 orang tidak setuju, dan 2% responden dengan jumlah 2 orang sangat tidak setuju.

Seorang reponden menambahkan bahwa:

*“Masalah pas cari informasi itu lebih ke masalah teknisnya kak, internetku suka ngadat dan hapeku lemot banget, jadi suka gemesh banget pas lagi asyik-asyiknya tapi loading malah lama padahal udah penasaran” (R71)*

### III.5.1.6 Kesulitan membeli media cetak

Berikut adalah tabel persetujuan atas permasalahan yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya pada saat menemukan informasi.

**Tabel 3.27 Kesulitan membeli media cetak**

| No.          | Persetujuan         | F         | %            |
|--------------|---------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Sangat Setuju       | 10        | 11,0         |
| 2.           | Setuju              | 34        | 38,0         |
| 3.           | Tidak Setuju        | 38        | 43,0         |
| 4.           | Sangat Tidak setuju | 7         | 8,0          |
| <b>Total</b> |                     | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.25

Pada tabel 3.27 menunjukkan tentang persetujuan atas masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yaitu dapat dilihat sebesar 11% responden dengan jumlah 10 orang sangat setuju atas pernyataan tersebut, sebesar 38% responden dengan jumlah 34 orang setuju, 43% responden dengan jumlah 38 orang tidak setuju, dan 8% responden dengan jumlah 7 orang sangat tidak setuju.

### III.5.2 Evaluasi atas masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi

Pada bagian ini ditemukan data mengenai evaluasi atas masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi. Data tersebut kemudian diolah dan menghasilkan sebuah tabulasi yang dapat dipaparkan lebih lanjut oleh peneliti. Evaluasi merupakan langkah yang dilakukan setelah terjadinya masalah dalam proses penemuan informasi.

### III.5.2.1 Bersikap positif dan tidak emosi dalam menghadapi masalah

Berikut adalah tabel persetujuan atas evaluasi masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya pada saat menemukan informasi.

**Tabel 3.28 Bersikap positif dan tidak emosi dalam menghadapi masalah**

| No.          | Persetujuan         | F         | %            |
|--------------|---------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Sangat Setuju       | 26        | 29,0         |
| 2.           | Setuju              | 61        | 69,0         |
| 3.           | Tidak Setuju        | 2         | 2,0          |
| 4.           | Sangat Tidak setuju | 0         | 0            |
| <b>Total</b> |                     | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner p.26

Pada tabel 3.28 menunjukkan tentang persetujuan atas masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yaitu dapat dilihat sebesar 29% responden dengan jumlah 26 orang sangat setuju atas pernyataan tersebut, sebesar 69% responden dengan jumlah 61 orang setuju, 2% responden dengan jumlah 2 orang tidak setuju, dan tidak ada satupun responden yang memilih sangat tidak setuju.

### III.5.2.2 Berusaha mengakses sumber informasi lain, tetapi akan menyerah jika tidak menemukan

Berikut adalah tabel persetujuan atas evaluasi masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya pada saat menemukan informasi.

**Tabel 3.29 Berusaha mengakses sumber informasi lain, tetapi akan menyerah jika tidak menemukan**

| No.          | Persetujuan         | F         | %            |
|--------------|---------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Sangat Setuju       | 6         | 7,0          |
| 2.           | Setuju              | 22        | 25,0         |
| 3.           | Tidak Setuju        | 50        | 56,0         |
| 4.           | Sangat Tidak setuju | 11        | 12,0         |
| <b>Total</b> |                     | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner p.27

Pada tabel 3.29 menunjukkan tentang persetujuan atas masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yaitu dapat

dilihat sebesar 7% responden dengan jumlah 6 orang sangat setuju atas pernyataan tersebut, sebesar 25% responden dengan jumlah 22 orang setuju, 56% responden dengan jumlah 50 orang tidak setuju, dan 12% responden dengan jumlah 11 orang memilih sangat tidak setuju.

Seorang responden memberikan pendapatnya:

*“Misal ada masalah kalo pas cari info tentang suju sih biasanya masalahnya kadang ga nemu update berita yang bener, tapi aku sempet cari lagi di sumber lain tapi yaa kalo ga ketemu juga yaudah aku bakalan brenti kalo aku capek. Ga ngoyo lah istilahnya. Ga ketemu yaa udah beralih buka-buka yang lain” (R76)*

### III.5.2.3 Berusaha mengakses sumber informasi lain tanpa menyerah

Berikut adalah tabel persetujuan atas evaluasi masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya pada saat menemukan informasi.

**Tabel 3.30 Berusaha mengakses sumber informasi lain tanpa menyerah**

| No.          | Persetujuan         | F         | %            |
|--------------|---------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Sangat Setuju       | 22        | 25,0         |
| 2.           | Setuju              | 48        | 54,0         |
| 3.           | Tidak Setuju        | 19        | 21,0         |
| 4.           | Sangat Tidak setuju | 0         | 0            |
| <b>Total</b> |                     | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.28

Pada tabel 3.30 menunjukkan tentang persetujuan atas masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yaitu dapat dilihat sebesar 25% responden dengan jumlah 22 orang sangat setuju atas pernyataan tersebut, sebesar 54% responden dengan jumlah 48 orang setuju, 21% responden dengan jumlah 19 orang tidak setuju, dan tidak ada seorang pun responden yang memilih sangat tidak setuju.

### III.5.2.4 Menyerah tanpa melakukan tindakan apapun

Berikut adalah tabel persetujuan atas evaluasi masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya pada saat menemukan informasi.

**Tabel 3.31 Menyerah tanpa melakukan tindakan apapun**

| No.          | Persetujuan         | F         | %            |
|--------------|---------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Sangat Setuju       | 2         | 2,0          |
| 2.           | Setuju              | 4         | 5,0          |
| 3.           | Tidak Setuju        | 47        | 53,0         |
| 4.           | Sangat Tidak setuju | 36        | 40,0         |
| <b>Total</b> |                     | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner p.29

Pada tabel 3.31 menunjukkan tentang persetujuan atas masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yaitu dapat dilihat sebesar 2% responden dengan jumlah 2 orang sangat setuju atas pernyataan tersebut, sebesar 5% responden dengan jumlah 4 orang setuju, 53% responden dengan jumlah 47 orang tidak setuju, dan 40% responden dengan jumlah 36 orang memilih sangat tidak setuju.

### III.5.3 Tindakan yang diambil untuk memecahkan masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi berkaitan dengan super junior

Pada bagian ini ditemukan data mengenai beberapa tindakan yang diambil untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi. Data tersebut kemudian diolah dan menghasilkan sebuah tabulasi yang dapat paparkan lebih lanjut oleh peneliti. Tindakan yang diambil merupakan langkah dari evaluasi masalah yang telah terjadi sebelumnya.

#### III.5.3.1 Melakukan penelusuran informasi lebih dalam melalui media cetak dan non cetak

Berikut adalah tabel persetujuan atas tindakan yang diambil untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya pada saat menemukan informasi.

**Tabel 3.32 Melakukan penelusuran informasi lebih dalam melalui media cetak dan non cetak**

| No.          | Persetujuan         | F         | %            |
|--------------|---------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Sangat Setuju       | 23        | 26,0         |
| 2.           | Setuju              | 62        | 70,0         |
| 3.           | Tidak Setuju        | 4         | 4,0          |
| 4.           | Sangat Tidak setuju | 0         | 0            |
| <b>Total</b> |                     | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner p.30

Pada tabel 3.32 menunjukkan tentang persetujuan atas masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yaitu dapat dilihat sebesar 26% responden dengan jumlah 23 orang sangat setuju atas pernyataan tersebut, sebesar 70% responden dengan jumlah 62 orang setuju, 4% responden dengan jumlah 4 orang tidak setuju, dan tidak ada satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju.

### III.5.3.2 Ragu-ragu dalam mengambil keputusan, sehingga bertanya kepada teman atau sesama anggota komunitas

Berikut adalah tabel persetujuan atas tindakan yang diambil untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya pada saat menemukan informasi.

**Tabel 3.33 Ragu-ragu dan bertanya kepada teman atau sesama anggota komunitas**

| No.          | Persetujuan         | F         | %            |
|--------------|---------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Sangat Setuju       | 25        | 28,0         |
| 2.           | Setuju              | 63        | 71,0         |
| 3.           | Tidak Setuju        | 1         | 1,0          |
| 4.           | Sangat Tidak setuju | 0         | 0            |
| <b>Total</b> |                     | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner p.31

Pada tabel 3.33 menunjukkan tentang persetujuan atas masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yaitu dapat dilihat sebesar 28% responden dengan jumlah 25 orang sangat setuju atas pernyataan tersebut, sebesar 71% responden dengan jumlah 63 orang setuju, 1%

responden dengan jumlah 1 orang tidak setuju, dan tidak ada satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju.

### III.5.3.3 Memperbaiki masalah teknis

Berikut adalah tabel persetujuan atas tindakan yang diambil untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya pada saat menemukan informasi.

**Tabel 3.34 Memperbaiki masalah teknis**

| No.          | Persetujuan         | F         | %            |
|--------------|---------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Sangat Setuju       | 17        | 19,0         |
| 2.           | Setuju              | 67        | 76,0         |
| 3.           | Tidak Setuju        | 5         | 5,0          |
| 4.           | Sangat Tidak setuju | 0         | 0            |
| <b>Total</b> |                     | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.32

Pada tabel 3.34 menunjukkan tentang persetujuan atas masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yaitu dapat dilihat sebesar 19% responden dengan jumlah 17 orang sangat setuju atas pernyataan tersebut, sebesar 76% responden dengan jumlah 67 orang setuju, 5% responden dengan jumlah 5 orang tidak setuju, dan tidak ada satupun responden yang menjawab sangat tidak setuju.

### III.5.3.4 Menyisihkan sebagian uang untuk membeli media cetak

Berikut adalah tabel persetujuan atas tindakan yang diambil untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya pada saat menemukan informasi.

**Tabel 3.35 Menyisihkan sebagian uang untuk membeli media cetak**

| No.          | Persetujuan         | F         | %            |
|--------------|---------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Sangat Setuju       | 10        | 11,0         |
| 2.           | Setuju              | 56        | 63,0         |
| 3.           | Tidak Setuju        | 21        | 24,0         |
| 4.           | Sangat Tidak setuju | 2         | 2,0          |
| <b>Total</b> |                     | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisisioner p.33

Pada tabel 3.35 menunjukkan tentang persetujuan atas masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yaitu dapat dilihat sebesar 11% responden dengan jumlah 10 orang sangat setuju atas pernyataan tersebut, sebesar 63% responden dengan jumlah 56 orang setuju, 24% responden dengan jumlah 21 orang tidak setuju, dan sebesar 2% responden dengan jumlah 2 orang menjawab sangat tidak setuju.

### III.5.3.5 Tidak berusaha memahami bahasa informasi dengan belajar

Berikut adalah tabel persetujuan atas tindakan yang diambil untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya pada saat menemukan informasi.

**Tabel 3.36 Tidak berusaha mengatasi kesulitan yang dialami dengan belajar**

| No.          | Persetujuan         | F         | %            |
|--------------|---------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Sangat Setuju       | 2         | 2,0          |
| 2.           | Setuju              | 1         | 1,0          |
| 3.           | Tidak Setuju        | 69        | 78,0         |
| 4.           | Sangat Tidak setuju | 17        | 19,0         |
| <b>Total</b> |                     | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner p.34

Pada tabel 3.36 menunjukkan tentang persetujuan atas tindakan yang dilakukan pada saat menghadapi masalah dalam penemuan informasi, dapat dilihat sebesar 2% responden dengan jumlah 2 orang sangat setuju atas pernyataan tersebut, sebesar 1% responden dengan jumlah 1 orang setuju, 69% responden dengan jumlah 78 orang tidak setuju, dan sebesar 17% responden dengan jumlah 19 orang menjawab sangat tidak setuju.

*“kalo masalahku sih kalo cari informasi kendala di bahasa, kadang member suju di ig update pake hangul yaaah harus buka-buka kamus ato google translate biar tau artinya, sempet pernah belajar bahasa Korea dikit-dikit niatnya biar bisa baca kalo member update pake hangul tapi ga telaten terus lupa lagi” (R72)*

### III.5.4 Tipologi penguasaan hidup komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi

Pada bagian ini ditemukan data mengenai empat tipe ideal penguasaan hidup komunitas ELF Surabaya. Data tersebut diperoleh dari penyebaran kuisioner kepada responden, kemudian diolah dan menghasilkan sebuah tabulasi yang dapat dipaparkan lebih lanjut oleh peneliti. Berikut adalah tabel yang menunjukkan tipologi penguasaan hidup anggota komunitas ELF Surabaya dalam melakukan penemuan informasi sehari-hari.

**Tabel 3.37 Tipologi penguasaan hidup komunitas ELF Surabaya**

| No.          | Tipologi Penguasaan Hidup | F         | %            |
|--------------|---------------------------|-----------|--------------|
| 1.           | Optimis-Kognitif          | 15        | 17,0         |
| 2.           | Pesimis-Kognitif          | 38        | 43,0         |
| 3.           | Defensif-Afektif          | 33        | 37,0         |
| 4.           | Pesimistis-Afektif        | 3         | 3,0          |
| <b>Total</b> |                           | <b>89</b> | <b>100,0</b> |

Sumber: Hasil pengolahan data kuisioner

Pada tabel 3.37 ditemukan responden dengan tipologi penguasaan hidup optimis-kognitif sebesar 17% dengan frekuensi sejumlah 15 orang, responden jenis ini dinilai memiliki memiliki ketergantungan yang kuat pada sumber informasi dan memiliki pikiran yang positif sehingga tahu apa yang harus dilakukan untuk menemukan informasi. Tipologi penguasaan hidup pesimis-kognitif sebesar 43% dengan frekuensi sejumlah 38 orang, responden jenis ini dinilai masih ragu-ragu dalam menemukan informasi dan memiliki keinginan mudah menyerah. Tipologi penguasaan hidup defensif-afektif sebesar 37% dengan frekuensi sejumlah 33 orang, responden jenis ini dinilai memperhatikan alternatif lain pada saat menemukan informasi serta tidak mudah menyerah. Tipologi penguasaan hidup pesimis-afektif sebesar 3% dengan frekuensi sejumlah 3 orang, responden jenis ini dinilai memiliki sikap menyerah secara langsung tanpa mencoba untuk menemukan informasi terlebih dahulu.

Terdapat beberapa data wawancara yang dilakukan oleh peneliti kepada responden, diantaranya yaitu:

### III.5.4.1 Penguasaan hidup optimis-kognitif

Komunitas ELF Surabaya yang memiliki tipologi penguasaan hidup optimis kognitif adalah mereka yang tahu apa yang seharusnya dilakukan pada saat terjadi masalah dalam penemuan informasi, selalu berpikir positif dan akan menemukan hasil dari pemecahan masalah yang positif. Tipologi jenis ini merupakan sosok penggemar yang dewasa dan mampu mengatasi masalah tanpa harus mengedepankan emosi dalam dirinya. Berikut ini adalah informasi dari salah satu responden yang berinisial R34 tentang bagaimana ia menghadapi masalah penemuan informasi yang terjadi:

*“Suju adalah bagian dari sesuatu yang aku cintai, aku suka cari informasi apapun yang berhubungan dengan suju. Selain itu aku juga suka nonton video, dengerin musik, beli album dan lain-lain sepenuhnya aku lakukan buat mendukung suju. Kalau kendala cari informasi paling cuma masalah internet, paketan yang limit, sama kalo ada informasi yang hoax. Tapi kalo udsh kayak gitu yaa aku tau harus ngapain, sebagai penggemar yang bijak aku ngga akan ngejudge apapun tentang informasi yang hoax itu. Biasanya sih aku bakal cari kebenaran berita yang hoax itu, kadang lewat website atau fanbase master yang langsung ada di Korea, jadi ga perlu panik. Sebenarnya perlu untuk kita buat jadi fans yang dewasa sedewasa usia Super Junior kan” (R34)*

Informasi tersebut juga didukung oleh anggota lain dari komunitas ELF Surabaya yaitu responden berinisial R6 yang berpendapat bahwa:

*“Kalo ada masalah yaa biasa aja ga perlu sewot hehe maksudnya karena aku udah biasa cari informasi tentang mereka yaa aku tahu harus cari informasi dimana. Misal nih yaa kalo aku ngadmin biasanya aku juga cari informasi dari fanbase lain seperti ELF\_thought, SUJUAalltheway dan lain banyak fanbase pokoknya yang kasih informasi akurat jadi gausah khawatir” (R6)*

### III.5.4.2 Penguasaan hidup pesimis-kognitif

Komunitas ELF Surabaya yang memiliki tipologi penguasaan hidup pesimis kognitif adalah mereka yang larut dalam keragu-raguan pada saat menghadapi masalah pada penemuan informasi sehari-hari yang berhubungan dengan Super Junior. Tipologi jenis ini merupakan sosok penggemar yang berusaha untuk menghadapi masalah namun tetap meminta bantuan orang lain untuk meyakinkannya atas solusi yang telah mereka temukan. Berikut ini merupakan informasi dari salah satu responden yang berinisial R27 yang mendukung tinjauan tentang penguasaan hidup pesimis-kognitif:

*“Masalah kalo masalah kadang sih cari informasi tapi ga ketemu akhirnya aku cari di tempat lain, twitter facebook mungkin. oiyaa sama tanya ke temen ding, tapi kalo ga ketemu lagi yaudah gausah diterusin, kan capek nyari ga ketemu mbak. Mending berkegiatan lain, kan kalo sehari-seharinya kerjaanku bukan cuma stalking suju mbak”*(R27)

Informasi diatas diperkuat dengan pendapat responden berikut ini:

*“Oiyaa kalo aku nih kak masalahnya paling cuma masalah bahasa, kadang kan aku baca di blog-blognya ELF Korea gitu kan mereka semua pake hangul, otomatis bingung kan kak, kalo ditranslate pake terjemahan kan berantakan banget tuh susnan katanya acakadut. Aku pernah kak belajar bahasa Korea sama temenku yang jago tapi yaa gitu ga bertahan lama kak karena aku udah bosan dan ga ada waktu, padahal bisa bahasa Korea juga belum”* (R75)

### III.5.4.3 Penguasaan hidup defensif-afektif

Komunitas ELF Surabaya yang memiliki tipologi penguasaan hidup defensif afektif adalah mereka yang berusaha memecahkan masalah penemuan informasi dengan sepenuh hati tanpa menyerah pada kegagalan. Tipologi jenis ini merupakan sosok penggemar yang menemukan informasi samapai mereka

mendapatkan informasi tersebut. Berikut ini adalah informasi dari salah satu responden yang mengarah pada penguasaan hidup defensif-afektif:

*“Aku kalo gada kerjaan sehari-hari di depan laptop sama pegang hp buat stalking apapun tentang suju, kalo emang ada info yang ga akurat aku pasti akan cari info lain sampe ketemu, caranya ga cuma internet tapi juga lewat majalah kadang-kadang. Aku juga suka beli majalah kok kalo aku pas pengen” (R71)*

#### **III.5.4.4 Penguasaan hidup pesimis-afektif**

Komunitas ELF Surabaya yang memiliki tipologi penguasaan hidup pesimis-afektif adalah mereka menyerah tanpa melakukan apapun pada saat menghadapi situasi masalah. Tipologi jenis ini merupakan sosok penggemar yang tidak akan berusaha untuk melakukan apapun dan akan menerima masalah dengan begitu saja. Tipologi pesimis-afektif merupakan tipe yang jarang terjadi pada temuan data komunitas ELF Surabaya. Berikut ini pernyataan salah satu responden yang mengarah pada penguasaan hidup pesimis-afektif:

*“aku males aja kalo harus ribet dan susah, kalo emang info yang aku cari ngga ada aku ga akan ambil pusing, males aja sih harus berlama-lama cari sesuatu yang sebenarnya ngga ada” (R73)*

## BAB IV

### ANALISIS DAN INTERPRETASI TEORITIK

Bada bab ini akan disajikan interpretasi teoritik dari hasil temuan data yang telah diperoleh peneliti dari kegiatan observasi lapangan, penyebaran kuisioner dan probing yang dilakukan oleh peneliti kepada responden. Tahap analisis ini akan dikaitkan dengan teori yang digunakan oleh peneliti. Pada BAB III telah disajikan beberapa temuan data yang kemudian akan dianalisis lebih lanjut sehingga dapat menggambarkan interpretasi teoritik yang dapat menjawab rumusan masalah penelitian mengenai faktor yang melatarbelakangi komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi, sumber informasi yang digunakan komunitas ELF Surabaya sebagai penemu informasi yang berorientasi pada kehidupan sehari-hari dan perilaku komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang dibutuhkan.

Kerangka teori *Everyday Life Information Seeking* (ELIS) oleh Savolainen (1995) secara umum diinformasikan oleh teori *habitus* yang dikembangkan oleh Pierre Bourdieu (1984). Teori tersebut digunakan karena memberikan latar belakang untuk konseptualisasi penemuan informasi sebagai komponen alami dari praktik sehari-hari. Menurut Bourdieu, *habitus* adalah sistem sosial budaya yang ditentukan oleh sistem pemikiran, persepsi dan evaluasi serta diinternalisasi oleh individu termasuk oleh objek penelitian ini yaitu anggota komunitas ELF Surabaya. *Habitus* merupakan sistem yang cenderung lebih stabil dimana individu mengintegrasikan pengalaman mereka dan mengevaluasi pentingnya pilihan yang berbeda dalam memilih sumber informasi. *Habitus* memiliki dua karakter yaitu prinsip *habitus* sebagai struktur penataan dan prinsip *habitus* sebagai struktur yang terstruktur. Dua karakter pada konsep *habitus* tersebut memanifestasikan penggabungan norma dan harapan sosial dalam individu, dengan demikian *habitus* sebagai sistem klasifikasi intermediet sosial dan budaya membuat tujuan umum untuk pilihan yang dibuat dalam kehidupan sehari-hari dengan

menunjukkan pilihan alami atau diinginkan sehubungan dengan kelas sosial seseorang atau kelompok budaya.

*Habitus* sebagai sistem sosial dan budaya ditentukan melalui kecenderungan dasar pada cara hidup yang teroganisir, hal tersebut dikarenakan *habitus* merupakan sebuah konsep pelayanan yang sangat abstrak sebagai latar belakang yang memperkenalkan konsep cara hidup untuk menggambarkan suatu perwujudan praktis dari *habitus* itu sendiri. Cara hidup bersamaan dengan konsep yang berkaitan dengan penguasaan hidup merupakan konteks dasar dimana masalah penemuan informasi *nonwork* akan diuji. Konsep cara hidup ini menimbulkan pengertian yang berbeda pada para peneliti sehingga sering disamakan dengan konsep gaya hidup padahal kedua konsep tersebut memiliki konteks yang berbeda. Perbedaan utama antara konsep cara hidup dan gaya hidup yaitu konsep dimana cara hidup terbentuk melalui kegiatan sehari-hari dan penilaian yang sama oleh seseorang sedangkan gaya hidup akan mengacu pada permukaan unsur-unsur cara hidup misalnya konsumsi dan gaya berpakaian yang mencerminkan kegemaran seseorang individu dalam analisis pilihan yang dibuat dalam kehidupan sehari-hari.

#### **IV.1 Modal Utama yang Dimiliki oleh Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan informasi**

*Habitus* merupakan latar belakang untuk konseptualisasi dalam penemuan informasi. Konsep *habitus* cenderung sebagai sistem sosial dan budaya yang ditentukan melalui cara hidup, sehingga pada akhirnya suatu individu akan dapat menentukan penguasaan hidup mereka dalam menghadapi situasi masalah pada saat melakukan penemuan informasi. Komponen dasar studi ELIS yang terdiri dari “urutan hal-hal” dan “menjaga hal-hal dalam rangka” merupakan komponen yang saling memastikan satu sama lain. Nilai, konsepsi dan fase saat hidup juga turut mempengaruhi cara hidup dan penguasaan hidup. Hal tersebut sama pentingnya dengan modal material (*material capital*), modal sosial (*social capital*) serta modal budaya dan kognitif (*cultural and cognitive capital*) yang

menyediakan “peralatan dasar” untuk menemukan dan menggunakan informasi yang disesuaikan dengan konsep habitus yang diungkapkan oleh Bourdieu 1984.

Hipotesis tersebut mengungkapkan bahwa faktor material sosial budaya dapat membentuk signifikansi urutan hal (cara hidup) dan praktik produksinya. Tingkat pendidikan dan sifat tugas profesional diasumsikan sebagai faktor yang paling jelas menghasilkan perbedaan dalam cara hidup dari kelas sosial. Faktor signifikan struktur cara hidup dan praktik ELIS adalah hubungan antara kerja dan waktu luang, model konsumsi serta sifat hobi. Selain faktor tersebut faktor sikap individu (*values, attitudes*) dan karakteristik situasi saat ini (*current situation*) dalam hidup juga turut diperhitungkan untuk pemecahan masalah dalam penemuan informasi. Pada intinya cara hidup dan penguasaan hidup terstruktur oleh serangkaian faktor sosial, budaya dan individu. Modal material (*material capital*) mengacu pada perolehan kekuasaan, modal sosial (*social capital*) sebagai sifat jaringan hubungan serta modal budaya dan kognitif (*cultural and cognitive capital*) yang diperoleh melalui pendidikan dan pengalaman hidup (Savolainen, 1995).

#### **IV.1.1 Nilai atau sikap individu (*values, attitudes*)**

Nilai atau sikap individu merupakan sikap atau kebiasaan yang menunjukkan modal utama dalam menemukan informasi. Modal tersebut dapat dilihat dari sikap atau kebiasaan yang ditunjukkan dalam kegiatan yang sering dilakukan oleh anggota komunitas ELF Surabaya. Kebiasaan yang sering dilakukan oleh anggota komunitas ELF Surabaya muncul sejak mereka mulai menyukai Super Junior, beberapa responden mengatakan bahwa mereka mulai menyukai Super Junior sejak tahun 2009. Jawaban yang beragam muncul mengenai alasan anggota komunitas ELF menyukai Super Junior. Alasan yang mendasari anggota komunitas ELF Surabaya untuk menyukai Super Junior merupakan suatu bentuk nilai yang mereka tangkap sehingga kesukaan tersebut berkembang menjadi kegiatan yang sering mereka lakukan. Alasan anggota komunitas ELF Surabaya dalam menyukai Super Junior diantaranya yaitu

perjuangan yang diambil dari Super Junior, kemampuan yang dimiliki, persahabatan yang terjalin antar sesama anggota Super Junior, sampai dengan bentuk dedikasi Super Junior yang diberikan kepada penggemarnya. Nilai yang ditanamkan dalam pikiran tersebut memunculkan suatu kebiasaan atas kegemaran yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya. Kebiasaan tersebut diantaranya yaitu mencari berita mengenai Super Junior melalui berbagai media *online* dan cetak, menabung agar dapat menonton konser Super Junior serta pergi ke acara *gathering* sesama anggota komunitas ELF Surabaya.

#### **IV.1.2 Modal material (*material capital*)**

Modal material mengacu pada sebuah kekuasaan yang mengarah pada materi yang dapat mendukung suatu kegiatan. Adanya modal material menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan oleh anggota komunitas ELF Surabaya membutuhkan sebuah alat berupa materi untuk memenuhi kebutuhannya. Modal material yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya dapat dilihat dari anggaran dana yang dikeluarkan untuk mendukung aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan Super Junior. Sebagian besar responden mengatakan bahwa mereka setuju untuk mengeluarkan anggaran dana tertentu untuk membeli beberapa konsumsi seperti tiket konser, album musik, majalah, poster, serta aksesoris yang berkaitan dengan Super Junior. Mereka juga sering memiliki pengeluaran yang tidak terduga untuk membeli aksesoris yang berhubungan dengan Super Junior.

#### **IV.1.3 Modal sosial (*social capital*)**

Modal sosial merupakan modal yang merupakan sifat jaringan hubungan sosial antar sesama yang menjadi dasar bergabungnya individu dalam sebuah komunitas. Sifat jaringan hubungan sosial ini menunjukkan pergaulan dan interaksi yang dilakukan oleh sesama anggota komunitas yang memiliki hobi yang sama yaitu mendukung Super Junior. Modal sosial ini dapat berasal dari keluarga, teman dan lingkungan sosial. Responden mengatakan bahwa mereka memiliki banyak teman yang juga menyukai Super Junior. Kesukaan tersebut membuat

hubungan sosial mereka terjalin erat sehingga dapat saling memberikan dukungan satu sama lain. Kegiatan yang dilakukan oleh anggota komunitas ELF Surabaya diantaranya yaitu pergi *gathering* bersama, saling tukar menukar informasi tentang super junior, membahas *project* yang ingin diadakan, dan lain sebagainya. Modal sosial akan menentukan terjadinya kegiatan penemuan informasi, karena salah satu alasan dalam melakukan kegiatan didukung oleh faktor sosial yang terjadi di lingkungan sekitar.

#### **IV.1.4 Modal budaya dan kognitif (*cultural and cognitive capital*)**

Modal budaya dan kognitif yang dimiliki oleh anggota komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi merupakan modal yang diperoleh melalui pendidikan dan pengalaman hidup yang dimiliki. Pengalaman hidup itulah yang menanamkan sebuah pemikiran dalam memaknai suatu budaya yang ada. Anggota komunitas ELF Surabaya memiliki beberapa pengalaman menarik yang selalu diingat dalam hidupnya, khususnya dalam mendukung Super Junior. Pengalaman tersebut diantaranya seperti pengalaman menonton konser, pengalaman berinteraksi dengan sesama anggota komunitas, serta pengalaman pada saat mereka melakukan pertemuan atau *gathering*. Pengalaman dari anggota komunitas ELF Surabaya tersebut merupakan pengalaman yang muncul akibat pemaknaan dari suatu produk budaya.

#### **IV.1.5 Karakteristik situasi saat ini (*current situation*)**

Penentuan karakteristik saat ini dapat dilihat dari pemecahan yang diambil atas situasi masalah yang dihadapi. Masalah yang sering dihadapi oleh anggota Komunitas ELF Surabaya dalam mencari informasi mengenai Super Junior yaitu masalah koneksi internet, maka mereka akan mengambil beberapa langkah yang dapat menjadi solusi yaitu berusaha mengganti operator internet yang dapat memberikan koneksi yang lebih lancar. Masalah lain yang muncul yaitu banyaknya sumber informasi yang simpang siur, maka untuk mengatasinya perlu dilakukan penelusuran lebih dalam melalui sumber informasi lain agar mendapatkan kebenaran informasi yang dibutuhkan.

## **IV.2 Faktor yang Melatarbelakangi Komunitas ELF Surabaya dalam menemukan Informasi**

Faktor yang melatarbelakangi komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi akan dianalisis menggunakan konteks cara hidup dalam perilaku penemuan informasi sehari-hari (*Everyday Life Information Seeking*). Konsep cara hidup didefinisikan sebagai “urutan hal (*order of things*)” yang didasarkan pada pilihan yang dibuat oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi sehari-hari dengan memperhatikan faktor analisis anggaran waktu, faktor analisis model konsumsi dan faktor analisis hobi. Faktor analisis anggaran waktu ini memberi gambaran bagaimana kaitan pekerjaan yang dimiliki oleh anggota komunitas ELF Surabaya dengan waktu luang yang dihabiskan untuk melakukan penemuan informasi. Faktor analisis konsumsi memberi gambaran bagaimana anggota komunitas ELF Surabaya menggunakan anggaran dana untuk memanfaatkan konsumsi barang dan jasa yang digunakan dalam membantu proses penemuan informasi. Faktor analisis hobi memberi gambaran tentang kesenangan dan kebiasaan komunitas ELF Surabaya untuk mengisi waktu luang yang berkaitan dengan hobi diluar pekerjaan.

### **IV.2.1 Faktor analisis anggaran waktu**

Faktor analisis anggaran waktu sebagai faktor yang melatarbelakangi komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi merupakan faktor cara hidup yang menggambarkan bagaimana proporsi waktu yang dihabiskan, kegiatan yang diperlukan diluar pekerjaan seperti perawatan rumah tangga dan hobi seperti olahraga, membaca buku, dan menonton film dan lain sebagainya (Savolainen, 1995). Analisis anggaran waktu disini disesuaikan dengan karakteristik pekerjaan masing-masing individu, sesuai dengan pendapat Morley (1992) bahwa selain hubungan kerja dan waktu luang faktor individu dan karakteristik dari situasi saat ini juga perlu diperhitungkan agar tidak ada resiko jatuh ke dalam sosiologisme yang menjelaskan penemuan informasi dengan hanya mengacu pada posisi kelas.

Bourdieu (1984) juga menganalisis bahwa posisi kelas yang penting tercermin dalam sifat penggunaan waktu luang dan peran mengumpulkan modal budaya.

Faktor analisis anggaran waktu pada komunitas ELF Surabaya dapat dilihat melalui temuan data yang terdapat pada BAB III, dimana dapat dilihat bahwa anggota komunitas ELF Surabaya memiliki karakteristik jenis pekerjaan yang berbeda-beda dengan beban waktu bekerja yang berbeda pula. Hal tersebut tentunya akan menentukan penggunaan waktu luang yang dihabiskan untuk mengisi kegiatan sebagai komunitas ELF Surabaya. Berdasarkan temuan data pada BAB III terdapat berbagai macam jenis pekerjaan yang dimiliki oleh anggota komunitas ELF Surabaya diantaranya yaitu pegawai negeri, karyawan swasta, wirausahawan, mahasiswa dan pelajar. Karakteristik dan beban pekerjaan sebagai pegawai negeri akan berbeda dengan karyawan swasta, begitu pula terjadi pada wirausahawan dengan mahasiswa dan pelajar. Temuan data pada BAB III tabel 3.3 menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden memiliki jenis pekerjaan sebagai karyawan swasta sebesar 48% dengan frekuensi sejumlah 43 orang.

Hasil wawancara dengan responden menunjukkan bahwa responden memiliki perbedaan jenis pekerjaan dan pembagian waktu antara pekerjaan dengan kegiatan mereka sebagai komunitas ELF. Temuan data pada BAB III tabel 3.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki jumlah hari kerja selama 6 hari yaitu sebanyak 44% dengan frekuensi sejumlah 39 orang, dan model pekerjaan responden dapat dilihat pada BAB III tabel 3.5 yaitu sebesar 48% dengan frekuensi sejumlah 43 orang bekerja secara *full time*, sedangkan model perkuliahan atau pembelajaran bagi responden yang masih menjadi mahasiswa atau pelajar dapat dilihat pada BAB III tabel 3.6 yaitu sebesar 33% dengan frekuensi sejumlah 29 orang memiliki model perkuliahan atau pembelajaran dari hari senin sampai dengan jumat. Waktu luang yang dihabiskan responden untuk mengisi kegiatan sebagai komunitas ELF dapat dilihat melalui temuan data BAB III tabel 3.7 yaitu sebesar 39% dengan frekuensi sejumlah 35 orang menghabiskan waktu 1-3 bulan sekali sebagai komunitas ELF seperti mengikuti kegiatan *gathering*, *fans project*, *K-Pop Festival* dan lain sebagainya.

Bedasarkan jenis jumlah hari kerja serta model pekerjaan dan perkuliahan maka pembagian waktu antara rutinitas pekerjaan dengan kegiatan kemungkinan dilakukan pada hari libur sesuai dengan temuan data pada BAB III tabel 3.8 dimana sebagian besar responden memilih hari libur yaitu sebesar 58% dengan frekuensi sejumlah 52 orang.

#### **IV.2.2 Faktor analisis model konsumsi**

Faktor cara hidup kedua yang melatarbelakangi komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi adalah faktor analisis model konsumsi yang menggambarkan sebagian anggaran dana atau pendapatan yang dihabiskan atas konsumsi barang atau jasa yang menunjang proses penemuan informasi sehari-hari seperti buku, tiket untuk acara olahraga, dan lain sebagainya (Savolainen, 1995). Pada penelitian ini terdapat penjelasan mengenai pendapatan yang digunakan sebagai konsumsi untuk mendukung kegiatan sebagai komunitas ELF. Konsumsi tersebut diantaranya yaitu membeli tiket konser, membeli DVD atau album musik, membeli majalah atau *photobook* dan membeli aksesoris atau *stuff* yang berhubungan dengan idola mereka.

Faktor analisis model konsumsi pada komunitas ELF Surabaya dapat dilihat pada temuan data BAB III yang menjelaskan berbagai variasi jawaban dari sumber pendapatan dan jumlah pendapatan, jenis jumlah konsumsi barang dan jasa yang menunjang kegiatan responden sebagai komunitas ELF Surabaya serta jumlah konsumsi yang dikeluarkan dan bagaimana cara responden membagi pendapatan dengan konsumsi yang dikeluarkan. Variasi dari jawaban tersebut tentunya akan menentukan model konsumsi yang dilakukan oleh Komunitas ELF Surabaya. Pada hasil temuan data BAB III tabel 3.9 sebagian besar responden yaitu sebesar 58% dengan jumlah dengan frekuensi sejumlah 52 orang memiliki sumber pendapatan dari gaji pekerjaan, hal itu sesuai dengan temuan data bahwa sebagian besar responden adalah telah bekerja baik itu sebagai pegawai negeri, karyawan swasta, maupun wirausahawan. Temuan data tentang jumlah pendapatan dapat dilihat pada BAB III tabel 3.10 yang menunjukkan responden

memiliki jumlah pendapatan yang berkisar antara kurang dari Rp 1.000.000 dan atau sekitar Rp 1.000.000 sampai dengan 3 juta, hal tersebut dikarenakan kedua jumlah pendapatan tersebut berada pada posisi yang sama dengan masing-masing prosentase 40 % sejumlah 36 orang responden.

Temuan data tentang sumber pendapatan dan jumlah pendapatan diatas tentunya menunjukkan jenis konsumsi barang dan jasa yang menunjang kegiatan responden sebagai komunitas ELF Surabaya, hal ini dapat dilihat pada BAB III tabel 3.11 yang menjelaskan bahwa jenis barang dan jasa yang paling sering dikonsumsi atau diprioritaskan untuk dibeli yaitu DVD/album musik idola mereka yaitu Super Junior dengan prosentase sebesar 38% dan frekuensi sejumlah 34 orang. Jenis konsumsi tersebut akan dihitung dalam jumlah yang dikeluarkan yaitu terlihat pada temuan data pada tabel 3.12 yang menunjukkan jumlah uang yang dikeluarkan atas konsumsi yang telah dipilih responden untuk mendukung kegiatan mereka sebagai komunitas ELF Surabaya yaitu sebesar 65% responden dengan frekuensi sejumlah 58 orang mengeluarkan uang sebesar kurang dari Rp 1.000.000 untuk barang dan jasa yang telah dikonsumsi. Cara responden membagi pendapatan dengan konsumsi yang dikeluarkan untuk mendukung kegiatan mereka sebagai komunitas ELF juga ditunjukkan pada tabel 3.13 yaitu sebagian besar responden dengan prosentase sebesar 60% dan frekuensi sejumlah 53 orang membagi pendapatan dengan cara menyisihkan sebagian gaji, hal ini kembali sesuai dengan jenis responden yang sebagian besar telah bekerja.

#### **IV.2.3 Faktor Analisis Hobi**

Faktor cara hidup ketiga yang melatarbelakangi komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi adalah faktor analisis hobi yang menyoroti substansi cara hidup karena sifat hobi memberitahukan tentang hal-hal yang orang temukan dan memberikan suatu kesenangan serta mengungkapkan peran penting informasi seperti membaca koran diwaktu luang, menonton acara berita dan lain sebagainya (Savolainen, 1995). Pada penelitian ini terdapat penjelasan mengenai kegiatan yang dilakukan oleh komunitas ELF Surabaya untuk mengisi waktu luang mereka

berkaitan dengan hobi sebagai penggemar Super Junior. Kegiatan yang dilakukan tentunya akan menimbulkan suatu kebiasaan yang diukur dari intensitas responden dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hobi tersebut.

Temuan data tentang kegiatan yang biasa dilakukan untuk mengisi waktu luang berkaitan dengan hobi responden sebagai penggemar Super Junior terlihat pada BAB III tabel 3.14 yang menunjukkan bahwa sebesar 64% responden dengan frekuensi sejumlah 57 orang memilih mencari tahu informasi terbaru tentang Super Junior. Hasil ini sesuai dengan substansi analisis hobi yang dapat mengungkapkan peran penting informasi dimana dengan mencari tahu informasi terbaru tentang Super Junior, maka komunitas ELF telah melakukan salah satu langkah penemuan informasi yang dapat digunakan sebagai pengetahuan baru bagi kehidupan mereka sehari-hari. Kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang tentunya akan menjadi kebiasaan yang memunculkan adanya suatu intensitas yang dijelaskan melalui seberapa lama responden menghabiskan waktu setiap melakukan kegiatan tersebut. Intensitas dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hobi ini ditunjukkan pada temuan data BAB III tabel 3.15 dimana sebagian besar responden yaitu dengan prosentase 60% dan frekuensi sejumlah 53 orang menghabiskan waktu selama 1 – 3 jam setiap melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hobi mereka. Intensitas tersebut merupakan waktu minimal yang dibutuhkan oleh responden setiap melakukan kegiatan yang telah dipilih.

#### **IV.3 Sumber Informasi yang digunakan Komunitas ELF Surabaya sebagai Penemu Informasi yang Berorientasi pada Kehidupan Sehari-Hari**

Analisis pada bagian ini bermaksud untuk memberikan gambaran tentang sumber informasi yang digunakan komunitas ELF Surabaya sebagai penemu informasi yang berorientasi pada kehidupan sehari-hari. Pemilihan sumber informasi tersebut didasarkan pada informasi yang berorientasi pada kejadian terkini dan penemuan informasi praktis sebagai solusi dari masalah tertentu. Penemuan informasi yang berorientasi ditentukan berdasarkan pemilihan sumber

informasi berupa media elektronik dan media cetak. Pemilihan sumber informasi yang berbeda merupakan bagian dari sebuah pemecahan masalah yang diambil ketika melakukan penemuan informasi pada peristiwa yang dihadapi sehari-hari sesuai dengan konsep cara hidup dan tipologi penguasaan hidup (Savolainen, 1995). Indikator yang dapat menjelaskan gambaran tersebut diantaranya yaitu jenis sumber informasi yang digunakan oleh komunitas ELF Surabaya baik media elektronik maupun media cetak, alasan dalam pemilihan masing-masing sumber informasi serta intensitas penggunaan sumber informasi tersebut.

Studi empiris dalam penelitian yang dilakukan oleh Savolainen (1995) mengungkapkan beberapa perbedaan dalam praktek penemuan informasi berorientasi yang tampaknya bergantung pada setiap responden. Pertanyaan yang menguraikan tipologi praktek penemuan informasi atas dasar cara hidup terbukti sangat sulit. Oleh karena itu perlu dipertimbangkan dengan memberikan tipe responden melalui penggunaan berbagai media. Alternatif yang diambil peneliti dalam praktek penemuan informasi yang berorientasi pada kehidupan sehari-hari didasarkan pada penggunaan sumber informasi media elektronik dan media cetak. Alternatif tersebut dinilai berfungsi dengan baik karena memungkinkan untuk menarik gambaran yang lebih jelas dari penemuan informasi dengan tetap mempertahankan sudut pandang berbasis cara hidup sebagai faktor yang mengarah pada *Everyday Life Information Seeking* (ELIS).

Temuan data tentang penggunaan sumber informasi yang berorientasi pada kehidupan sehari-hari menunjukkan bahwa penggunaan sumber informasi baik berupa media elektronik maupun media cetak oleh responden tergolong bervariasi. Pada BAB III tabel 3.16 menunjukkan tentang sumber media informasi elektronik yang sering diakses oleh komunitas ELF Surabaya yaitu sebagian besar terdapat pada pilihan komunitas online yaitu dengan total prosentase 78% dengan frekuensi sejumlah 69 orang, sedangkan untuk penggunaan sumber media cetak dapat dilihat pada tabel 3.17 yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden dengan prosentase 55% dan frekuensi sejumlah 49 orang lebih memilih majalah sebagai sumber informasi. Penggunaan sumber

informasi berupa media elektronik terhitung lebih besar jika dibandingkan dengan penggunaan sumber informasi berupa media cetak. Hal tersebut tentunya disebabkan oleh alasan masing-masing responden dalam memilih sumber informasi. Alasan pemilihan sumber informasi berupa media elektronik ditunjukkan pada BAB III tabel 3.18 yaitu sebagian besar responden dengan prosentase 53% dan frekuensi sejumlah 47 orang memilih media tersebut karena merasakan informasi yang *up to date*, sedangkan alasan pemilihan sumber informasi media cetak dapat dilihat pada tabel 3.19 yaitu sebagian besar responden mengarah pada alasan bahasa yang mudah dipahami dengan prosentase 62% dan frekuensi sejumlah 55 orang.

Perbedaan pemilihan sumber informasi antara media cetak dan media elektronik semakin diperkuat dengan adanya indikator intensitas dalam mengakses kedua sumber informasi tersebut. Temuan data tentang intensitas akses sumber informasi media elektronik dapat dilihat pada BAB III tabel 3.20 yang menunjukkan sebagian besar responden yaitu 53% dengan frekuensi sejumlah 47 orang memiliki intensitas sering sekali, sedangkan temuan data tentang intensitas akses sumber informasi media cetak dapat dilihat pada tabel 3.21 yang menunjukkan sebagian besar responden yaitu 43% dengan frekuensi sejumlah 38 orang memiliki intensitas yang hanya kadang-kadang. Pemilihan sumber informasi yang berbeda pada komunitas ELF Surabaya telah ditunjukkan dengan hasil temuan data yang bervariasi yang mengacu pada penemuan informasi yang berorientasi untuk pemecahan masalah dalam penemuan informasi pada kehidupan sehari-hari.

#### **IV.4 Perilaku Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan Informasi yang dibutuhkan**

Analisis pada bagian ini bermaksud untuk memberikan penjelasan tentang bagaimana perilaku komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang dibutuhkan jika ditinjau dari tipologi penguasaan hidup ketika menemukan sumber-sumber informasi. Penguasaan hidup didefinisikan sebagai menjaga “hal

dengan tujuan (*keeping things in order*)” dapat berupa pasif dan aktif. Hal tersebut dikatakan pasif ketika seseorang puas dengan melihat bahwa semuanya berjalan seperti yang diharapkan setidaknya secara keseluruhan sedangkan penguasaan hidup aktif berkaitan dengan pemecahan masalah pragmatis pada kasus dimana urutan hal terguncang atau terancam (Savolainen, 1995). Penguasaan hidup yang dimaksud disini adalah melakukan pemecahan masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi sehari-hari. Pada tipologi penguasaan hidup terdapat empat tipe ideal diantaranya yaitu penguasaan hidup optimis-kognitif (*optimistic-cognitive mastery of life*), penguasaan hidup pesimis-kognitif (*pessimistic-cognitive mastery of life*), penguasaan hidup defensif-afektif (*deffensive-affective mastery of life*) dan penguasaan hidup pesimis-afektif (*pesimistic-affective mastery of life*). Tipologi penguasaan hidup tersebut disusun ke dalam indikator masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi, evaluasi atas masalah yang dihadapi, dan tindakan yang diambil untuk memecahkan masalah yang dihadapi.

Tipologi penguasaan hidup pada tahap penemuan informasi diawali dengan identifikasi situasi masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi. Situasi masalah tersebut yang nantinya akan memberikan gambaran kepada individu untuk menentukan sikap dalam pemecahan masalah dan menemukan solusi yang seharusnya dilakukan. Indikator masalah yang dihadapi oleh komunitas ELF Surabaya pada saat melakukan penemuan informasi dapat dilihat melalui temuan data pada BAB III tabel 3.22 yaitu masalah pertama mengenai perolehan informasi yang kurang tepat, sebagian responden sebanyak 58% dengan frekuensi sejumlah 52 orang tidak setuju dengan masalah tersebut, itu artinya informasi yang diperoleh pada saat melakukan penemuan informasi sudah dirasa tepat dan akurat. Pada analisis masalah kedua mengenai perolehan informasi yang susah untuk diakses dapat dilihat melalui temuan data pada tabel 3.23 yaitu sebagian besar responden sebanyak 61% dengan frekuensi 54 orang tidak setuju dengan masalah tersebut, itu artinya akses terhadap informasi sudah dirasa mudah. Analisis masalah ketiga mengenai perolehan informasi yang tidak

*up to date* dapat dilihat melalui temuan data tabel 3.23 yaitu sebagian besar responden sebanyak 61% dengan frekuensi 54 orang tidak setuju dengan masalah tersebut, itu artinya informasi yang diperoleh sudah dirasa *up to date*. Analisis masalah keempat mengenai bahasa informasi yang tidak mudah dipahami dapat dilihat melalui temuan data tabel 3.25 yaitu sebagian besar responden sebanyak 55% dengan frekuensi sejumlah 49 orang juga tidak setuju dengan masalah tersebut, itu artinya bahasa informasi telah dirasa mudah untuk dipahami. Analisis masalah kelima mengenai masalah teknis seperti pada koneksi internet, *handphone* atau *personal computer* dapat dilihat pada temuan tabel 3.26 yaitu sebagian besar responden dengan persentase 42% dengan frekuensi sejumlah 37 orang menyatakan setuju dengan masalah tersebut, itu artinya masalah teknis merupakan masalah utama yang dirasakan oleh responden pada saat melakukan penemuan informasi. Masalah terakhir mengenai kesulitan membeli media cetak dapat dilihat melalui temuan data pada tabel 3.27 yaitu sebagian besar responden sebanyak 38% dengan frekuensi sejumlah 34 orang juga menyatakan setuju dengan masalah tersebut, itu artinya responden juga merasakan kesulitan membeli media cetak sebagai masalah utama dalam melakukan penemuan informasi.

Faktor penting penguasaan hidup menurut Savolainen (1995) adalah cara dimana individu dapat berorientasi dalam (ciri khas) situasi masalah dan menemukan informasi untuk memudahkan pemecahan masalah tersebut. Melalui orientasi tersebut tipologi penguasaan hidup dapat digambarkan dengan menganalisis dua dimensi terpusat yang menggambarkan kualitas perilaku dalam pemecahan masalah. Dimensi pertama menunjukkan perbandingan dimensi kognitif dengan dimensi afektif yang merupakan pertimbangan rasional dalam situasi pemecahan masalah. Orientasi kognitif menekankan sebuah pendekatan analisis sistematis untuk masalah sedangkan orientasi afektif mengacu pada kebalikannya yaitu reaksi emosional yang penuh syarat dan tidak terduga atas masalah yang dihadapi. Dimensi kedua merupakan perbandingan dimensi optimisme dengan dimensi pesimisme yang menggambarkan tingkat harapan

terhadap sifat pemecahan dari masalah. Dimensi kedua ini terjadi pada empat kelas yaitu optimisme tanpa cadangan (tidak ada rintangan yang diharapkan dalam pemecahan masalah), cadangan optimisme (mengantisipasi rintangan), cadangan pesimisme (mengantisipasi kegagalan) dan pesimisme tanpa cadangan (kegagalan dilihat sebagai sesuatu yang tidak dapat dihindari).

#### **IV.4.1 Penguasaan Hidup Optimis-Kognitif (*Optimistic-Cognitive Mastery of Life*)**

Tipe penguasaan hidup dalam konteks ini ditandai dengan ketergantungan yang kuat pada hasil positif bagi pemecahan yang positif. Individu percaya bahwa hampir semua masalah dapat diselesaikan dengan berfokus pada analisis yang rinci, menghasilkan pemilihan instrumen yang paling efektif yang berkontribusi pada solusi optimal dari masalah. Oleh karena masalah utama dipahami sebagai kognitif sistem penemuan informasi dari sumber dan saluran yang berbeda sangat diperlukan (Savolainen, 1995).

Penguasaan hidup optimis-kognitif pada konteks penemuan informasi yang dilakukan oleh komunitas ELF Surabaya ditandai dengan keahlian anggota komunitas dalam menemukan informasi serta ketergantungan yang kuat pada hasil positif terhadap pemecahan masalah. Evaluasi atas masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi akan ditanggapi dengan sikap positif yang nantinya dapat mengacu pada hasil positif. Temuan data mengenai tipologi penguasaan hidup optimis-kognitif ditunjukkan pada BAB III tabel 3.37 yaitu sebesar 17% responden dengan frekuensi sejumlah 15 orang. Tipologi penguasaan hidup optimis-kognitif pada Komunitas ELF Surabaya ditandai dengan adanya sikap positif dan tidak emosi serta tahu apa yang harus dilakukan dalam menghadapi masalah yang ditemukan agar dapat memperoleh hasil yang positif pada saat melakukan penemuan informasi. Tindakan yang diambil dalam pemecahan masalah dapat dilihat dari penggunaan sumber informasi yang berbeda dalam memecahkan masalah, seperti tindakan yang dilakukan oleh komunitas ELF Surabaya untuk memecahkan masalah yang dihadapi pada saat melakukan

penemuan informasi yang berkaitan dengan Super Junior yaitu dengan melakukan penelusuran lebih mendalam melalui sumber informasi baik media elektronik maupun media cetak sesuai yang terdapat pada temuan data BAB III tabel 3.32 yaitu sebesar 70% dengan frekuensi sejumlah 62 responden orang setuju untuk melakukan hal tersebut. Komunitas ELF Surabaya yang memiliki karakteristik penguasaan optimis-kognitif tergolong sebagai penggemar dewasa karena mampu menata sikap dalam menghadapi suatu masalah.

#### **IV.4.2 Penguasaan Hidup Pesimis-Kognitif (*Pessimistic-Cognitive Mastery of Life*)**

Tipe penguasaan hidup dalam konteks ini ditandai dengan pemecahan masalah yang diatur dalam cara yang kurang ambisius yang memungkinkan masalah tidak terselesaikan secara optimal. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan yang dimiliki oleh individu masih kurang. Namun secara sistematis individu memerlukan informasi agar dapat memecahkan masalah yang sedang dihadapinya (Savolainen, 1995).

Penguasaan hidup pesimis-kognitif pada konteks penemuan informasi yang dilakukan oleh komunitas ELF Surabaya ditandai dengan rasa keragu-raguan dalam menemukan informasi serta masih memerlukan bantuan orang lain untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi. Evaluasi atas masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi dapat dilakukan dan diperoleh sendiri, akan tetapi individu perlu bantuan orang lain untuk meyakinkan kebenaran informasi yang diperolehnya. Temuan data pada BAB III tabel 3.37 menunjukkan bahwa sebesar 43% responden dengan frekuensi sejumlah 38 orang memiliki tipologi penguasaan hidup pesimis-kognitif. Tipologi tersebut ditandai dengan adanya sikap atau usaha untuk mengakses sumber informasi yang lain seperti *website*, *blog*, *search engine*, *social media grup* dan portal berita, tetapi mereka akan merasa ragu dan tidak akan melanjutkan kegiatan penemuan informasi jika informasi yang dibutuhkannya tidak dapat ditemukan. Tindakan yang diambil dalam pemecahan masalah yang dilakukan oleh komunitas ELF Surabaya untuk

memecahkan masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi yang berkaitan yaitu dengan bertanya kepada teman atau sesama anggota komunitas atas informasi yang mereka peroleh sesuai yang terdapat pada temuan data BAB III tabel 3.33 yaitu sebesar 71% responden dengan frekuensi sejumlah 62 orang setuju untuk melakukan hal tersebut.

#### **IV.4.3 Penguasaan Hidup Defensif-Afektif (*Deffensive-Affective Mastery of Life*)**

Tipe penguasaan hidup dalam konteks ini didasarkan pada pandangan optimis tentang solvabilitas masalah dan dominasi faktor afektif penemuan informasi. Hal ini diwujudkan bahwa individu dapat menghindari situasi yang menyiratkan resiko kegagalan atau mudah jatuh ke dalam angan-angan yang bukan pertimbangan realistis. Gaya dalam penguasaan hidup, sebagian cenderung bermasalah karena tidak selalu jelas bagaimana hal tersebut dapat ditemukan pada dimensi optimisme terhadap pesimisme yang mungkin bervariasi dari satu situasi ke situasi lain. Namun, suasana optimis sangat dominan karena individu memiliki konsepsi positif dari kemampuan kognitifnya meskipun terdapat beberapa kegagalan dalam situasi pemecahan masalah yang sama (Savolainen, 1995). Penguasaan hidup defensif-afektif pada komunitas ELF Surabaya ditandai dengan pendekatan pemecahan masalah yang aktif guna memperoleh informasi yang lebih benar dan memuaskan meskipun terdapat beberapa kegagalan dalam situasi pemecahan masalah yang sama.

Temuan data pada BAB III tabel 3.37 menunjukkan bahwa responden yang memiliki tipologi penguasaan hidup defensif-afektif terhitung sebesar 37% dengan frekuensi sejumlah 33 orang. Pada tipologi ini komunitas ELF Surabaya berusaha untuk mengakses sumber informasi lain melalui website, blog, search engine, social media group dan portal beita tanpa menyerah sampai mendapatkan informasi yang diinginkan. Usaha yang dilakukan bukan hanya sebatas mengakses sumber informasi lain berupa media elektronik, melainkan dengan mengakses sumber informasi lain berupa media cetak seperti yang terlihat pada BAB III tabel

3.35 dimana sebagian besar dari responden sebanyak 63% dengan prosentase sejumlah 56 orang akan berusaha menyisihkan sebagian uang untuk membeli atau berlangganan majalah, tabloid, koran, buku dan lain sebagainya. Tindakan penyelesaian masalah tipologi ini juga dapat dilihat pada temuan data BAB III tabel 3.34 yaitu sebesar 76% berusaha untuk memperbaiki jika terjadi masalah teknis yang berhubungan dengan sarana akses informasi seperti yang terdapat pada koneksi internet, *handphone* maupun *personal computer*.

#### **IV.4.4 Penguasaan Hidup Pesimis-Afektif (*Pesimistic-Affective Mastery of Life*)**

Tipe penguasaan hidup dalam konteks ini ditandai dengan munculnya ekspresi ketidakberdayaan dalam perilaku penemuan informasi. Individu tidak bergantung pada kemampuannya untuk memecahkan masalah kehidupan sehari-hari, tetapi berusaha menerapkan strategi dari orang lain untuk menghindari upaya sistematis. Ciri khas dan jenis ideal dari penguasaan hidup pesimis-afektif adalah mencari kesenangan instan dari hari ke hari tanpa melakukan suatu usaha yang berguna untuk memecahkan masalah. Penemuan informasi yang sistematis memainkan peran yang tidak penting karena reaksi emosional dan pikiran yang pendek mendominasi perilaku pemecahan masalah (Savolainen, 1995). Penguasaan hidup pesimis-afektif pada komunitas ELF ditandai dengan sikap pesimis dalam pemecahan masalah yang dihadapi karena tidak bergantung pada kemampuan diri sendiri melainkan menerapkan strategi untuk menghindari suatu situasi.

Temuan data pada BAB III tabel 3.37 menunjukkan bahwa responden yang memiliki tipologi penguasaan hidup pesimis-afektif hanya terhitung sebesar 3% dengan frekuensi sejumlah 3 orang. Pada tipologi ini komunitas ELF Surabaya memiliki sikap menyerah secara langsung pada saat dihadapkan dengan situasi masalah, mereka menyerah tanpa melakukan suatu tindakan apapun karena merasa tidak mampu untuk melakukannya. Anggota komunitas yang memiliki penguasaan hidup pesimis-afektif tidak akan mau berusaha untuk mencari solusi

atas suatu masalah, jika masalah datang mereka hanya akan mengabaikan dan menerima begitu saja informasi awal yang didapatkannya. Pada saat mengalami masalah dalam penemuan informasi, jenis tipologi ini tidak akan berusaha untuk mengatasi kesulitan yang dialami dengan belajar. Hal tersebut dapat dilihat dalam temuan data BAB III tabel 3.36 yaitu responden yang sangat setuju untuk tidak berusaha mengatasi kesulitan yang dialami dengan belajar jumlahnya hampir sama dengan responden yang memiliki jenis penguasaan hidup pesimis-afektif yaitu sebesar 2% dengan frekuensi sejumlah 2 orang menyatakan ketidaksetujuannya. Komunitas ELF Surabaya yang memiliki karakteristik penguasaan pesimis-afektif tergolong sebagai penggemar yang belum dewasa karena dirasa belum mampu menentukan sikap pada saat menghadapi masalah dalam penemuan informasi.

## BAB V

### PENUTUP

#### V.1 KESIMPULAN

Pada penelitian berjudul “Perilaku Penemuan Informasi pada Komunitas *Everlasting Friends* (ELF) Surabaya” ini, peneliti menemukan beberapa temuan yang menarik di lapangan yang menggambarkan pertanyaan penelitian tentang modal utama yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi berdasarkan konsep habitus, faktor yang melatarbelakangi anggota komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi berdasarkan faktor cara hidup, sumber informasi yang digunakan komunitas ELF Surabaya sebagai penemu informasi berorientasi pada kehidupan sehari-hari dan perilaku komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang dibutuhkan berdasarkan tipologi penguasaan hidup. Hasil perolehan data dihimpun berdasarkan pertanyaan pada kuisioner, wawancara dan *probing*, temuan data dan hasil analisis serta interpretasi teoritik. Berikut ini adalah kesimpulan yang dapat ditarik oleh peneliti:

1. Modal utama yang dimiliki oleh komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang paling mendominasi yaitu modal material dan modal sosial. Modal material menunjukkan tentang sejumlah anggaran yang dihitung untuk memenuhi kebutuhannya sebagai komunitas ELF Surabaya. Modal sosial menunjukkan tentang dukungan kondisi lingkungan sosial dalam hal ini teman memiliki peran penting dalam memberi dukungan satu sama lain untuk menyukai sesuatu yang sama yaitu kegemaran terhadap *boyband* Super Junior.
2. Faktor yang melatarbelakangi anggota komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi ditinjau berdasarkan faktor cara hidup yang meliputi analisis anggaran waktu, analisis model konsumsi barang dan jasa serta analisis hobi. Pada faktor analisis anggaran waktu menunjukkan bahwa anggota komunitas ELF Surabaya memiliki jenis pekerjaan yang berbeda-beda dan beban waktu yang berbeda pula sehingga akan menentukan penggunaan waktu

luang yang dihabiskan untuk mengisi kegiatan mereka sebagai komunitas ELF. Pada faktor analisis model konsumsi menunjukkan bahwa jumlah pendapatan, jenis pendapatan dan jumlah konsumsi setiap individu yang berbeda-beda juga akan menentukan pola konsumsi yang berbeda pula dan menunjukkan cara pembagian pendapatan atas konsumsi yang dilakukan oleh komunitas ELF Surabaya. Faktor analisis hobi menunjukan tentang kegiatan yang dilakukan oleh komunitas ELF Surabaya untuk mengisi waktu luang yang berkaitan dengan hobi mereka sebagai penggemar Super Junior, kegiatan yang dilakukan tentunya akan menimbulkan suatu kebiasaan yang diukur dari intensitas anggota komunitas ELF Surabaya dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hobi tersebut.

3. Sumber informasi yang digunakan komunitas ELF Surabaya sebagai penemu informasi berorientasi pada kehidupan sehari-hari ditentukan berdasarkan pemilihan sumber informasi media elektronik dan media cetak. Anggota komunitas ELF Surabaya memilih media elektronik sebagai sumber informasi karena informasi yang ada pada media elektronik lebih *up to date* jika dibandingkan dengan media cetak, sedangkan alasan pemilihan sumber informasi media cetak mengarah pada bahasa informasi yang mudah di pahami.
4. Perilaku komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang dibutuhkan ditinjau berdasarkan tipologi penguasaan hidup yaitu optimis-kognitif, pesimis-kognitif, defensif-afektif dan pesimis-afektif. Tipologi penguasaan hidup yang paling mendominasi perilaku komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi adalah tipe penguasaan hidup pesimis-kognitif yaitu sebesar 43% dengan frekuensi sejumlah 38 orang. Tipologi tersebut ditandai dengan adanya sikap atau usaha untuk mengakses sumber informasi yang lain seperti *website, blog, search engine, social media group* dan portal berita, tetapi mereka akan merasa ragu dan tidak akan melanjutkan kegiatan penemuan informasi jika informasi yang dibutuhkannya tidak dapat ditemukan. Tindakan yang diambil dalam pemecahan masalah yang dilakukan oleh komunitas ELF Surabaya untuk memecahkan masalah yang dihadapi pada saat

melakukan penemuan informasi yang berkaitan yaitu dengan bertanya kepada teman atau sesama anggota komunitas atas informasi yang mereka peroleh.

## V.2 SARAN

Saran yang ingin disampaikan oleh peneliti untuk penelitian yang berjudul “Perilaku Penemuan Informasi pada Komunitas *Everlasting Friends* (ELF) Surabaya” ini adalah sebagai berikut:

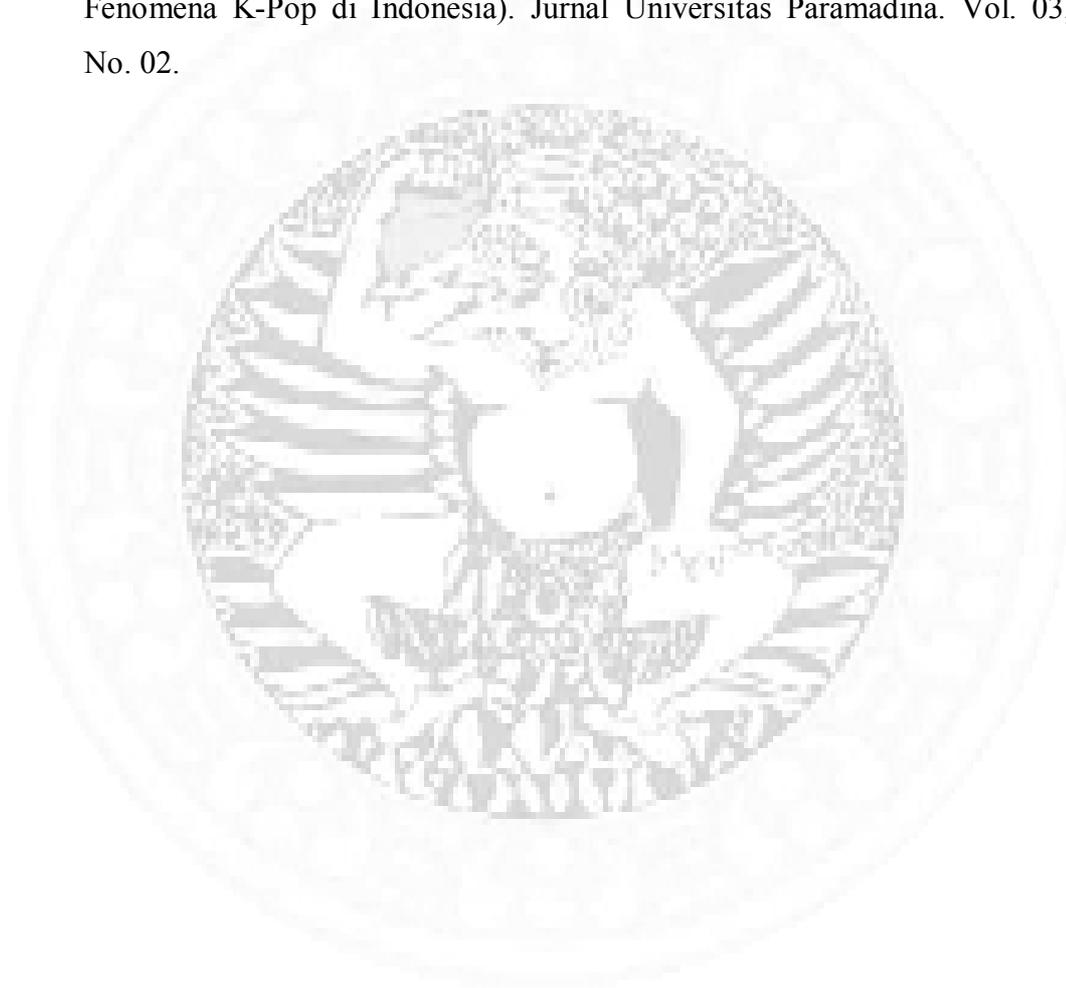
1. Memberikan pengetahuan baru kepada komunitas ELF Surabaya tentang apa dan bagaimana perilaku penemuan informasi, khususnya yang selama ini telah mereka terapkan dalam kehidupan sehari-hari.
2. Memberikan kesempatan kepada perpustakaan untuk menyediakan informasi sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik penggunanya, termasuk menyediakan sumber informasi bagi komunitas *K-Pop* atau komunitas yang memiliki hobi lain agar perpustakaan dapat menjadi sarana hiburan bagi mereka. Bukan hanya untuk komunitas *K-Pop* melainkan komunitas dengan hobi yang lain.
3. Membuka kesempatan kepada peneliti lain untuk melakukan penelitian dengan menggunakan teori *Everyday Life Information Seeking* karena belum banyak peneliti yang menggunakan teori tersebut serta melengkapi beberapa keterbatasan penelitian seperti melengkapi analisis tentang konsep *habitus* yang merupakan acuan dasar yang digunakan oleh Savolainen (1995) dalam menggambarkan model perilaku penemuan informasi dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini bukan hanya dapat dikaji dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, melainkan juga dapat dikaji dengan menggunakan tipe pendekatan kualitatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Cahyarani Permata. 2015. *Perilaku Penemuan Informasi Kelompok Backpacker (Pelancong Mandiri) Surabaya*. Universitas Airlangga: Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan
- Case, Donald O. 2007. *Looking for Information. A survey of Research on Information Seeking, Needs and Behavior*. United Kingdom: emerald Group Publishing Limited.
- Carruth, Debi. 2013. *Gifted Youth and Their Hobbies: An Exploration of Informastion Behavior*. Florida State University: College of Information and Communication. Dalam <http://e-resources.perpusnas.go.id:2057/docview/1506972998/5646632A188A4B61PQ/1?accountid=25704> (Diunduh pada 20 Maret 2016)
- Denidya, Fanny. 2011. *All about Super Junuior for ELF*. Yogyakarta: Araska
- Dewi, Esha Mustika; Prahatmaja, Yunus Winoto Nurmaya. 2012. *Perilaku Pencarian Informasi melalui Internet oleh Fanbase Boyband Super Junior*. Bandung: E-Journal mahasiswa Universitas Padjajaran Vol. 1 No.1.
- Fanpage Facebook ELF Surabaya. Dalam: <https://www.facebook.com/ELFSurabaya/fref=ts> (Diakses pada 3 Maret 2016)
- Haryani, Ira. *Korean Wanna Be*. Yogyakarta: Easy Book.
- Iskandar. 2010. *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta: Gaung Persada Press.
- Jung, Sun. 2012. *Fan Activitsm, Cybervirgilantsm, and Othering Mechanisms in K-Pop Fandom*. National University of Singapore. Dalam: <http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=18979547-3c7a-46eb-8559-77887d1b108e%40sessionmgr113&vid=0&hid=129&bdata=JnNpdGU9ZW hvc3QtbGl2ZQ%3d%3d#anchor=AN0092954431-6&AN=92954431&db=hlh> (Diakses pada 28 Maret 2016)

- Lee, So Jung. 2012. *From Fandom to Tourism: An Examination of Self-Expansion Theory*. Las Vegas: University of Nevada. Dalam: <http://e-resources.perpusnas.go.id:2057/docview/1038371143/209396952719474EPQ/4?accountid=25704> (Diunduh pada 28 Maret 2016)
- Lutviah. 2012. *Pengaruh K-Pop Terhadap Identitas Budaya Remaja Perempuan Di Indonesia*. Jakarta: Jurnal Komunika Universitas Paramadina Vol. 1 No. 1 April 2012
- News KBS World Radio. 2011. *3.3 Juta Penggemar Budaya Pop Korea "Hallyu" di Seluruh Penjuru Dunia*. Dalam: [http://world.kbs.co.kr/indonesian/archive/program/news\\_issue.htm?no=22969#sel\\_lang\\_open](http://world.kbs.co.kr/indonesian/archive/program/news_issue.htm?no=22969#sel_lang_open) (DiAkses pada 2 September 2015)
- Nazir, Moh. 2009. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Path, Monica. 2013. *Makna K-Pop di Kalangan Remaja Surabaya (Studi tentang Makna Budaya Korean Populer di Kalangan Remaja pada Komunitas KLOSS di Surabaya)*. Tesis Suniversitas Airlangga.
- Savolainen, Reijo. 1995. *Everyday Life Information Seeking: Approaching Information Seeking in The Context of "Way of Life"*. Finland. Departement of Information Studies, University of Tampere. Dalam: <http://bogliolo.eci.ufmg.br/downloads/SAVOLAINEN%201995.pdf> (Diunduh pada 31 Spetember 2015)
- Storey, John. 2006. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jalasutra
- Twitter ELF Surabaya. Dalam: <https://twitter.com/ELFSurabaya> (Diakses pada 3 Maret 2016)
- Wahyuastari, erin dan Imron, Ali. 2014. *Pola Interaksi Simbolik Pecinta K-Pop dalam Komunitas Korean Lovers Di Surabaya (KLOSS)*. Dalam [ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/6854/baca-artikel](http://ejournal.unesa.ac.id/index.php/paradigma/article/view/6854/baca-artikel) (Diunduh pada 5 Oktober 2015)

- Wardani, carlina Putri. 2015. *Fungsi Komunitas K-Pop sebagai Wadah Para Penggemarnya: Studi Deskriptif pada Komunitas ELF (Ever Lasting Friends) Surabaya*. Universtas Airlangga: Departemen Antropologi.
- Wilson, TD. 2000. *Human Information Behavior*. University of Sheffield:volume 3No.2. Dalam: <http://www.informationr.net/tdw/publ/papers/2000HIB.pdf> (Diunduh pada 27 September 2015)
- Wuryanta, Eka W. 2011. Di antara Pusaran Gelombang Korea (Menyimak Fenomena K-Pop di Indonesia). *Jurnal Universitas Paramadina*. Vol. 03, No. 02.



Nomor Responden:

**DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN  
FAKULTAS ILMU SOISAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS AIRLANGGA**



**KUISIONER PENELITIAN**

Kepada Responden Yth.

Dalam rangka menyelesaikan penelitian yang sedang saya lakukan dengan judul “Perilaku Penemuan Informasi pada Komunitas K-Pop Ever Lasting Friends (ELF) Surabaya” maka saya berharap bahwa anda berkenan untuk mengisi kuisisioner yang saya ajukan berkaitan dengan penelitian tersebut. Atas kesediaan anda dalam mengisi kuisisioner ini, saya sampaikan terima kasih.

Hormat saya,  
Yeni Nur Taqwin

**Karakteristik Responden:**

Nama : .....

Usia : .....

Jenis Kelamin : L/P

No. ID ELF Surabaya : .....

Tergabung dalam Fanpage dan Fanbase ELF Surabaya: Ya/Tidak

**A. Faktor yang Melatarbelakangi Anggota Komunitas ELF Surabaya dalam Menemukan Informasi**

Keterangan: Berikan jawaban dengan memberikan tanda X pada pilihan ganda yang anda pilih atas pertanyaan di bawah ini!

• **Faktor Analisis Anggaran Waktu**

**Jenis pekerjaan**

1. Apa pekerjaan anda?

- a. Pegawai negeri
- b. Karyawan swasta
- c. Wirausahawan
- d. Mahasiswa
- e. Pelajar

**Waktu yang dihabiskan untuk pekerjaan**

2. Berapa jumlah hari kerja/kuliah/sekolah anda dalam satu minggu?

- a. 7 hari
- b. 6 hari
- c. 5 hari
- d. < 5 hari

3. Bagaimana model pekerjaan anda jika anda sudah bekerja? (Jika anda adalah mahasiswa atau pelajar lanjut ke pertanyaan nomor 4)

- a. Full time
- b. Part time

4. Bagaimana model kegiatan perkuliahan atau pembelajaran anda sebagai mahasiswa atau pelajar? (Lompati pertanyaan ini jika anda pekerja)

- a. Senin – Jumat
- b. Senin – Sabtu

**Waktu luang yang dihabiskan untuk mengisi kegiatan sebagai komunitas ELF**

5. Seberapa sering anda menghabiskan waktu untuk melakukan kegiatan sebagai komunitas ELF? (seperti mengikuti kegiatan *gathering*, *fans project* atau *K-Pop festival*)
  - a. 1 – 3 bulan sekali
  - b. 4 – 6 bulan sekali
  - c. 7 – 9 bulan sekali
  - d. > 9 bulan sekali
6. Bagaimana anda membagi waktu antara rutinitas pekerjaan sehari-hari dengan kegiatan sebagai komunitas ELF?
  - a. Disela-sela pekerjaan/perkuliah/pembelajaran
  - b. Setelah pekerjaan/perkuliah/pembelajaran selesai
  - c. Hari libur

• **Faktor Analisis Model Konsumsi**

**Sumber pendapatan**

7. Dari mana sumber pendapatan anda?
  - a. Gaji dari pekerjaan
  - b. Uang saku dari orang tua

**Jumlah pendapatan**

8. Berapa jumlah pendapatan anda setiap bulan? (baik dari gaji pekerjaan maupun uang saku orang tua)
  - a. > 5 juta per bulan
  - b. 3 – 5 juta per bulan
  - c. 1 – 3 juta per bulan
  - d. <1 juta per bulan

**Jenis konsumsi barang dan jasa yang menunjang kegiatan sebagai komunitas ELF**

9. Apa saja jenis barang dan jasa yang paling sering anda konsumsi atau anda prioritaskan untuk dibeli guna mendukung kegiatan anda sebagai komunitas ELF?
- Tiket konser
  - DVD/Album musik
  - Majalah/*Photobook*
  - Aksesoris/*Stuff*

**Jumlah konsumsi yang dikeluarkan**

10. Berapa jumlah uang yang anda keluarkan atas konsumsi yang telah anda pilih guna mendukung kegiatan anda sebagai komunitas ELF?
- > 5 juta
  - 3 – 5 juta
  - 1 – 3 juta
  - <1 juta
11. Bagaimana cara anda membagi pendapatan dengan konsumsi yang anda keluarkan untuk mendukung kegiatan anda sebagai komunitas ELF?
- Menyisihkan sebagian gaji
  - Menyisihkan uang saku
  - Berusaha mencari penghasilan sendiri
  - Menggunakan sebagian uang beasiswa (jika anda seorang pelajar atau mahasiswa)

• **Faktor Analisis Hobi**

**Kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang berkaitan dengan hobi**

12. Apa saja kegiatan yang paling sering anda lakukan atau anda prioritaskan untuk mengisi waktu luang berkaitan dengan hobi anda sebagai komunitas ELF?
- Mencari tahu info terbaru tentang Super Junior
  - Menonton video
  - Mendengarkan musik
  - Membaca *fan fiction*

**Intensitas dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hobi**

13. Berapa lama waktu yang anda habiskan setiap melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hobi anda sebagai komunitas ELF?
- 1 – 3 jam
  - 4 – 6 jam
  - 7 – 9 jam
  - > 9 jam

**B. Sumber Informasi yang Digunakan Komunitas ELF Surabaya sebagai penemu informasi yang Berorientasi pada Kehidupan Sehari-Hari**

Keterangan: Berikan jawaban dengan memberikan tanda X pada pilihan ganda yang anda pilih atas pertanyaan di bawah ini!

• **Jenis Sumber Informasi yang digunakan oleh komunitas ELF**

14. Apa jenis media elektronik yang paling sering anda akses untuk menemukan informasi mengenai Super Junior?
- Komunitas *online* (*blog, fanbase* atau *fansite group*)
  - Website*
  - Televisi
  - Radio

15. Apa jenis media cetak yang paling sering anda akses untuk menemukan informasi mengenai Super Junior?

- a. Majalah
- b. Tabloid
- c. Koran
- d. Buku

• **Alasan Pemilihan Sumber Informasi oleh komunitas ELF**

16. Apa alasan anda memilih sumber informasi berupa media elektronik untuk mengakses informasi mengenai Super Junior?

- a. Informasi tepat dan akurat
- b. Mudah dan cepat diakses
- c. Informasi yang *up to date*
- d. Bahasa yang mudah dipahami

17. Apa Alasan anda memilih sumber informasi berupa media cetak untuk mengakses informasi mengenai Super Junior?

- a. Informasi tepat dan akurat
- b. Mudah dan cepat diakses
- c. Informasi yang *up to date*
- d. Bahasa yang mudah dipahami

• **Intensitas Akses Sumber Informasi oleh Komunitas ELF**

18. Seberapa sering anda menggunakan media elektronik untuk mengakses informasi mengenai Super Junior?

- a. Sering sekali
- b. Sering
- c. Kadang-kadang
- d. Jarang

19. Seberapa sering anda menggunakan media cetak untuk mengakses informasi mengenai Super Junior?

- a. Sering sekali
- b. Sering
- c. Kadang-kadang
- d. Jarang

**C. Perilaku Komunitas ELF Surabaya dalam menemukan informasi yang dibutuhkan**

Keterangan: Berikan tanda  $\surd$  pada jawaban yang paling sesuai dengan anda atas pernyataan di bawah ini! (SS = SANGAT SETUJU, S = SETUJU, TS= TIDAK SETUJU, dan STS = SANGAT TIDAK SETUJU) Kosongkan untuk kolom Cod!

| NO. | PERNYATAAN   | JAWABAN |   |    |     |
|-----|--|---------|---|----|-----|
|     |  | SS      | S | TS | STS |
|     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi berkaitan dengan Super Junior</li> </ul> |         |   |    |     |
| 20. | Informasi yang diperoleh kurang tepat dan akurat   |         |   |    |     |
| 21. | Informasi susah untuk diakses  |         |   |    |     |
| 22. | Informasi <i>tidak up to date</i>  |         |   |    |     |
| 23. | Bahasa tidak mudah dipahami  |         |   |    |     |
| 24. | Masalah teknis (koneksi <i>internet</i> , <i>handphone</i> atau <i>personal computer</i> yang bermasalah)                                      |         |   |    |     |
| 25. | Kesulitan membeli media cetak (majalah,  |         |   |    |     |

|     |  |    |   |    |     |
|-----|--|----|---|----|-----|
|     | tabloid, koran, buku) karena harga yang mahal  |    |   |    |     |
|     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Evaluasi atas masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi berkaitan dengan Super Junior</b></li> </ul>                              | SS | S | TS | STS |
| 26. | Bersikap positif dan tidak emosi dalam menghadapi masalah, serta tahu apa yang harus dilakukan   |    |   |    |     |
| 27. | Berusaha mengakses sumber informasi lain ( <i>website, blog, seacrh engine, social media group, portal berita</i> ) tetapi jika tidak menemukan maka akan menyerah (tidak melanjutkan pencarian) |    |   |    |     |
| 28. | Berusaha mengakses sumber informasi lain ( <i>website, blog, seacrh engine, social media group, portal berita</i> ) tanpa menyerah sampai mendapatkan informasi yang diinginkan                  |    |   |    |     |
| 29. | Menyerah tanpa melakukan tindakan apapun   |    |   |    |     |
|     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Tindakan yang diambil untuk memecahkan masalah yang dihadapi pada saat melakukan penemuan informasi berkaitan dengan Super Junior</b></li> </ul>     | SS | S | TS | STS |
| 30. | Melakukan penelusuran lebih dalam melalui sumber informasi baik elektronik maupun cetak  |    |   |    |     |

|     |  |  |  |  |  |
|-----|--|--|--|--|--|
| 31. | Ragu-ragu dalam mengambil keputusan, sehingga bertanya kepada teman atau sesama anggota komunitas  |  |  |  |  |
| 32. | Memperbaiki masalah teknis yang menyulitkan kemudahan akses (koneksi <i>internet</i> , <i>handphone</i> atau <i>personal computer</i> yang bermasalah) |  |  |  |  |
| 33. | Menyisihkan sebagian uang untuk membeli informasi media cetak (majalah, tabloid, koran, buku)  |  |  |  |  |
| 34. | Tidak berusaha mengatasi kesulitan yang dialami dengan belajar   |  |  |  |  |

**Hasil Pengolahan SPSS****Usia**

|                     | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 16 - 20 tahun | 26        | 29,2    | 29,2          | 29,2               |
| 21 - 25 tahun       | 46        | 51,7    | 51,7          | 80,9               |
| 26 - 30 tahun       | 16        | 18,0    | 18,0          | 98,9               |
| > 30 tahun          | 1         | 1,1     | 1,1           | 100,0              |
| Total               | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Jenis kelamin**

|                 | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Perempuan | 87        | 97,8    | 97,8          | 97,8               |
| Laki-Laki       | 2         | 2,2     | 2,2           | 100,0              |
| Total           | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Jenis pekerjaan**

|                      | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Pegawai Negeri | 2         | 2,2     | 2,2           | 2,2                |
| Karyawan Swasta      | 43        | 48,3    | 48,3          | 50,6               |
| Wirasahawan          | 5         | 5,6     | 5,6           | 56,2               |
| Mahasiswa            | 29        | 32,6    | 32,6          | 88,8               |
| Pelajar              | 10        | 11,2    | 11,2          | 100,0              |
| Total                | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Jumlah hari kerja/kuliah/sekolah**

|              | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 7 hari | 7         | 7,9     | 7,9           | 7,9                |
| 6 hari       | 39        | 43,8    | 43,8          | 51,7               |
| 5 hari       | 35        | 39,3    | 39,3          | 91,0               |
| < 5 hari     | 8         | 9,0     | 9,0           | 100,0              |
| Total        | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Model pekerjaan**

|       |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Full time | 43        | 48,3    | 48,3          | 48,3               |
|       | Part time | 7         | 7,9     | 7,9           | 56,2               |
|       | Lainnya   | 39        | 43,8    | 43,8          | 100,0              |
|       | Total     | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Model perkuliahan/pembelajaran**

|       |               | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Senin - Jumat | 29        | 32,6    | 32,6          | 32,6               |
|       | Senin - Sabtu | 10        | 11,2    | 11,2          | 43,8               |
|       | Lainnya       | 50        | 56,2    | 56,2          | 100,0              |
|       | Total         | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Waktu yang dihabiskan untuk kegiatan sebagai komunitas ELF**

|       |                    | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1 - 6 bulan sekali | 35        | 39,3    | 39,3          | 39,3               |
|       | 4 - 6 bulan sekali | 19        | 21,3    | 21,3          | 60,7               |
|       | 7 - 9 bulan sekali | 10        | 11,2    | 11,2          | 71,9               |
|       | > 9 bulan sekali   | 25        | 28,1    | 28,1          | 100,0              |
|       | Total              | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Pembagian waktu antara rutinitas pekerjaan sehari-hari dengan kegiatan sebagai komunitas****ELF**

|       |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Disela-sela pekerjaan/perkuliahan/pembelajaran     | 20        | 22,5    | 22,5          | 22,5               |
|       | Setelah pekerjaan/perkuliahan/pembelajaran selesai | 17        | 19,1    | 19,1          | 41,6               |
|       | Hari libur   | 52        | 58,4    | 58,4          | 100,0              |

|       |    |       |       |
|-------|----|-------|-------|
| Total | 89 | 100,0 | 100,0 |
|-------|----|-------|-------|

**Sumber pendapatan**

|                           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Gaji dari Pekerjaan | 52        | 58,4    | 58,4          | 58,4               |
| Uang saku dari orang tua  | 37        | 41,6    | 41,6          | 100,0              |
| Total                     | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Jumlah pendapatan**

|                          | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid > 5 juta per bulan | 5         | 5,6     | 5,6           | 5,6                |
| 3 - 5 juta per bulan     | 12        | 13,5    | 13,5          | 19,1               |
| 1 -3 juta per bulan      | 36        | 40,4    | 40,4          | 59,6               |
| < 1 juta per bulan       | 36        | 40,4    | 40,4          | 100,0              |
| Total                    | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Jenis konsumsi barang dan jasa**

|                    | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tiket konser | 20        | 22,5    | 22,5          | 22,5               |
| DVD/Album musik    | 34        | 38,2    | 38,2          | 60,7               |
| Majalah/Photobook  | 9         | 10,1    | 10,1          | 70,8               |
| Aksesoris/Stuff    | 26        | 29,2    | 29,2          | 100,0              |
| Total              | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Jumlah uang yang dikeluarkan**

|                | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid > 5 juta | 4         | 4,5     | 4,5           | 4,5                |
| 3 - 5 juta     | 2         | 2,2     | 2,2           | 6,7                |
| 1 -3 juta      | 25        | 28,1    | 28,1          | 34,8               |
| < 1 juta       | 58        | 65,2    | 65,2          | 100,0              |
| Total          | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Cara pembagian pendapatan**

|       |                                      | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--------------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Menyisihkan sebagian gaji            | 53        | 59,6    | 59,6          | 59,6               |
|       | Menyisihkan uang saku                | 32        | 36,0    | 36,0          | 95,5               |
|       | Berusaha mencari penghasilan sendiri | 4         | 4,5     | 4,5           | 100,0              |
|       | Total                                | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Kegiatan yang dilakukan untuk mengisi waktu luang berkaitan dengan hobi**

|       |   | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Mencari tahu informasi terbaru tentang Super Junior | 57        | 64,0    | 64,0          | 64,0               |
|       | Menonton Video                                      | 14        | 15,7    | 15,7          | 79,8               |
|       | Mendengarkan musik                                  | 14        | 15,7    | 15,7          | 95,5               |
|       | Membaca fan fiction                                 | 4         | 4,5     | 4,5           | 100,0              |
|       | Total   | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Intensitas dalam melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hobi**

|       |           | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 1 - 3 jam | 53        | 59,6    | 59,6          | 59,6               |
|       | 4 - 6 jam | 31        | 34,8    | 34,8          | 94,4               |
|       | 7 - 9 jam | 2         | 2,2     | 2,2           | 96,6               |
|       | > 9 jam   | 3         | 3,4     | 3,4           | 100,0              |
|       | Total     | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Sumber informasi media elektronik**

|       |  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|--|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Komunitas online (blog, fanbase atau fansite grup) | 69        | 77,5    | 77,5          | 77,5               |
|       | Website  | 19        | 21,3    | 21,3          | 98,9               |
|       | Televisi   | 1         | 1,1     | 1,1           | 100,0              |
|       | Total  | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Sumber informasi media cetak**

|               | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Majalah | 49        | 55,1    | 55,1          | 55,1               |
| Tabloid       | 35        | 39,3    | 39,3          | 94,4               |
| Koran         | 4         | 4,5     | 4,5           | 98,9               |
| Buku          | 1         | 1,1     | 1,1           | 100,0              |
| Total         | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Alasan pemilihan sumber informasi media elektronik**

|                                  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Informasi tepat dan akurat | 6         | 6,7     | 6,7           | 6,7                |
| Mudah dan cepat diakses          | 34        | 38,2    | 38,2          | 44,9               |
| Informasi yang up to date        | 47        | 52,8    | 52,8          | 97,8               |
| Bahasa yang mudah dipahami       | 2         | 2,2     | 2,2           | 100,0              |
| Total                            | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Alasan pemilihan sumber informasi media cetak**

|                                  | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Informasi tepat dan akurat | 18        | 20,2    | 20,2          | 20,2               |
| Mudah dan cepat diakses          | 9         | 10,1    | 10,1          | 30,3               |
| Informasi yang up to date        | 7         | 7,9     | 7,9           | 38,2               |
| Bahasa yang mudah dipahami       | 55        | 61,8    | 61,8          | 100,0              |
| Total                            | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Intensitas akses sumber informasi media elektronik**

|                     | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Sering sekali | 47        | 52,8    | 52,8          | 52,8               |
| Sering              | 27        | 30,3    | 30,3          | 83,1               |
| Kadang-kadang       | 14        | 15,7    | 15,7          | 98,9               |
| Jarang              | 1         | 1,1     | 1,1           | 100,0              |
| Total               | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Intensitas akses sumber informasi media cetak**

|       |               | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Sering sekali | 4         | 4,5     | 4,5           | 4,5                |
|       | Sering        | 10        | 11,2    | 11,2          | 15,7               |
|       | Kadang-kadang | 38        | 42,7    | 42,7          | 58,4               |
|       | Jarang        | 37        | 41,6    | 41,6          | 100,0              |
|       | Total         | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Informasi yang diperoleh kurang tepat dan akurat**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SS    | 3         | 3,4     | 3,4           | 3,4                |
|       | S     | 28        | 31,5    | 31,5          | 34,8               |
|       | TS    | 52        | 58,4    | 58,4          | 93,3               |
|       | STS   | 6         | 6,7     | 6,7           | 100,0              |
|       | Total | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Informasi susah untuk diakses**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SS    | 1         | 1,1     | 1,1           | 1,1                |
|       | S     | 15        | 16,9    | 16,9          | 18,0               |
|       | TS    | 54        | 60,7    | 60,7          | 78,7               |
|       | STS   | 19        | 21,3    | 21,3          | 100,0              |
|       | Total | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Informasi tidak up to date**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SS    | 1         | 1,1     | 1,1           | 1,1                |
|       | S     | 8         | 9,0     | 9,0           | 10,1               |
|       | TS    | 54        | 60,7    | 60,7          | 70,8               |
|       | STS   | 26        | 29,2    | 29,2          | 100,0              |
|       | Total | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Bahasa tidak mudah dipahami**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SS    | 1         | 1,1     | 1,1           | 1,1                |
|       | S     | 31        | 34,8    | 34,8          | 36,0               |
|       | TS    | 49        | 55,1    | 55,1          | 91,0               |
|       | STS   | 8         | 9,0     | 9,0           | 100,0              |
|       | Total | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Masalah Teknis**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SS    | 18        | 20,2    | 20,2          | 20,2               |
|       | S     | 37        | 41,6    | 41,6          | 61,8               |
|       | TS    | 32        | 36,0    | 36,0          | 97,8               |
|       | STS   | 2         | 2,2     | 2,2           | 100,0              |
|       | Total | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Kesulitan membeli media cetak**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SS    | 10        | 11,2    | 11,2          | 11,2               |
|       | S     | 34        | 38,2    | 38,2          | 49,4               |
|       | TS    | 38        | 42,7    | 42,7          | 92,1               |
|       | STS   | 7         | 7,9     | 7,9           | 100,0              |
|       | Total | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Bersikap positif dan tidak emosi dalam menghadapi masalah**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SS    | 26        | 29,2    | 29,2          | 29,2               |
|       | S     | 61        | 68,5    | 68,5          | 97,8               |
|       | TS    | 2         | 2,2     | 2,2           | 100,0              |
|       | Total | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Berusaha mengakses sumber informasi lain, tetapi akan menyerah jika tidak menemukan**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SS    | 6         | 6,7     | 6,7           | 6,7                |
|       | S     | 22        | 24,7    | 24,7          | 31,5               |
|       | TS    | 50        | 56,2    | 56,2          | 87,6               |
|       | STS   | 11        | 12,4    | 12,4          | 100,0              |
|       | Total | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Berusaha mengakses sumber informasi lain tanpa menyerah**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SS    | 22        | 24,7    | 24,7          | 24,7               |
|       | S     | 48        | 53,9    | 53,9          | 78,7               |
|       | TS    | 19        | 21,3    | 21,3          | 100,0              |
|       | Total | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Menyerah tanpa melakukan tindakan apapun**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SS    | 2         | 2,2     | 2,2           | 2,2                |
|       | S     | 4         | 4,5     | 4,5           | 6,7                |
|       | TS    | 47        | 52,8    | 52,8          | 59,6               |
|       | STS   | 36        | 40,4    | 40,4          | 100,0              |
|       | Total | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Melakukan penelusuran lebih dalam melalui media cetak dan non cetak**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SS    | 23        | 25,8    | 25,8          | 25,8               |
|       | S     | 62        | 69,7    | 69,7          | 95,5               |
|       | TS    | 4         | 4,5     | 4,5           | 100,0              |
|       | Total | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Ragu-ragu dan bertanya kepada teman atau sesama anggota komunitas**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SS    | 25        | 28,1    | 28,1          | 28,1               |
|       | S     | 63        | 70,8    | 70,8          | 98,9               |
|       | TS    | 1         | 1,1     | 1,1           | 100,0              |
|       | Total | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Memperbaiki masalah teknis**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SS    | 17        | 19,1    | 19,1          | 19,1               |
|       | S     | 67        | 75,3    | 75,3          | 94,4               |
|       | TS    | 5         | 5,6     | 5,6           | 100,0              |
|       | Total | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Menyisihkan sebagian uang untuk membeli media cetak**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SS    | 10        | 11,2    | 11,2          | 11,2               |
|       | SS    | 56        | 62,9    | 62,9          | 74,2               |
|       | TS    | 21        | 23,6    | 23,6          | 97,8               |
|       | STS   | 2         | 2,2     | 2,2           | 100,0              |
|       | Total | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

**Tidak berusaha mengatasi kesulitan yang dialami dengan belajar**

|       |       | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | SS    | 2         | 2,2     | 2,2           | 98,9               |
|       | S     | 1         | 1,1     | 1,1           | 100,0              |
|       | TS    | 69        | 77,5    | 77,5          | 96,6               |
|       | STS   | 17        | 19,1    | 19,1          | 19,1               |
|       | Total | 89        | 100,0   | 100,0         |                    |

### **Pedoman Wawancara**

1. Sejak kapan anda menyukai Super Junior?
2. Kenapa anda menyukai Super Junior?
3. Bagaimana awal mulanya anda mengetahui tentang Super Junior?
4. Apa hal-hal yang sering anda lakukan saat mulai menyukai Super Junior?
5. Apakah anda menganggarkan beberapa uang untuk mendukung hobi anda tersebut?
6. Untuk apa saja uang yang sering anda keluarkan berkaitan dengan hobi anda?
7. Apakah anda memiliki banyak teman dengan hobi yang sama?
8. Apa yang sering anda lakukan dengan teman-teman anda tersebut?
9. Apakah anda pernah menunjukkan atau mengajak teman anda untuk menyukai Super Junior?
10. Bagaimana tanggapan orang tua tentang hobi anda?
11. Pengalaman menarik apa yang pernah anda alami selama menyukai Super Junior atau pada saat melakukan kegiatan yang berhubungan dengan Super Junior?
12. Dimana anda biasa mencari informasi mengenai Super Junior?
13. Informasi apa saja yang sering anda cari?
14. Masalah apa saja yang sering anda hadapi dalam mencari informasi tentang Super Junior?
15. Apa cara yang anda lakukan untuk mengatasi masalah tersebut?

## Transkrip Wawancara

### I. Responden 1 (R1)

Peneliti : Sore kak, maaf kak aku mau ngerepotin kakak lagi ini. Mau minta tolong buat jawab beberapa pertanyaan. Boleh Kak?

Responden: Sore, boleh kok. Mau tanya apa?

Peneliti : Kakak sejak kapan suka suju? Dan kenapa suka suka suju?

Responden: Sejak bulan maret 2009. Suka aja, suka lagunya, suka memberinya, suka persahabatan mereka.

Peneliti : Awal mula tahu suju dari mana kak?

Responden: Awalnya tahu DBSK dulu. Adek sepupu ngenalin DBSK, cuma aku gak ngeh dan gak tertarik. Dulu sukanya sama *boyband* taiwan atau Cina gitu, jadi beli majalah *asian star* gitu. Di majalah itu kan biasanya suka ada bonus dvd, nah liat perform suju yang *sorry sorry* di dvd itu. Jadi suka deh sama suju.

Peneliti : Terus kak, kakak ngapain aja pas awal-awal suka suju?

Responden: *Searching* tentang suju mulai dari awal terbentuknya, albumnya apa aja terus *download* lagu-lagunya.

Peneliti : Ada anggaran khusus gak kak buat beli-beli yang tentang suju?

Responden: Nggak juga. Kadang uang suka keluar tanpa diduga gitu. Yaa untuk beli album, beli *lightstick*, kalung Hyuk, dan beli tiket konser.

Peneliti : Temen kakak banyak yang suka suju donk yaa? Kalo ketemu mereka ngapain aja kak?

Responden: Iya banyak, yaa kumpul-kumpul kadang yang diomongin melulu tentang suju. Pernah juga liburan ke kota lain bareng-bareng.

Peneliti : Kakak pernah nunjukin suju ke temen-temen kakak yang belum suka K-Pop gak? Atau mungkin kakak ngajakin temen-temen kakak buat suka suju?

Responden: Menunjukkan pernah, ke temen kuliah yang ternyata sukanya sama bigbang. Tapi kalau mengajak gak pernah.

Peneliti : Tanggapan orang tua kakak sama hobi kakak gimana?

Responden: Tanggapannya negatif. Ortu hanya berpikir K-pop hanya untuk senang-senang.

Peneliti : Sampe sekarang ortu kaka masih kayak gitu?

Responden: Iya ortu masih gak dukung, tapi kalo nonton konser dibolehin asal pake uang sendiri.

Peneliti : Kalo tanggapan temen kakak yang gak suka *K-Pop*?

Responden: Tanggapan yang gak suka *K-Pop*? Biasa aja. Kurang tau sih, soalnya gak pernah terlalu nunjukin suka *K-Pop* akunya kalo pas di depan mereka.

Peneliti : Kakak pernah ngalamin hal menarik gitu gak? Selama suka sama suju?

Responden: Hmm... apa yaa? Mungkin pengalaman mengadakan *event K-Pop* atau *gathering ELF*, pengalaman berinteraksi dengan banyak orang, pengalaman ngomong di depan banyak orang. Hal ini sangat berbeda dengan jaman aku belum mengenal *K-Pop*.

Peneliti : Kalo cari info tentang suju biasanya dimana kak?

Responden: Di internet, situs *allkpop* sama *sup3rjunior.com*

Peneliti : Ada masalah yang sering dihadapi gak kak pas cari infonya suju?

Responden: Masalahnya Cuma satu, koneksi internet yang gak bisa diajak kompromi.

Peneliti : Terus kalo udah kayak gitu kakak ngapain?

Responden: Berhenti sejenak terus ngotak-atik koleksi video di laptop.

Peneliti : Oke kak, sementara cukup dulu. Makasih banyak yaa kak, kapan-kapan aku repotin lagi dan jangan bosan dulu hehe

Responden: Hehehe okeh.

## II. Responden 5 (R5)

Peneliti : Yesiiii, mau minta tolong lagi. Mau tanya-tanya bentar boleh?

Responden: Boleh yeni dengan senang hati hehe

Peneliti : Sejak kapan sih kamu suka suju? Dan kenapa?

Responden: Sejak SJ merilis album ke-4 bonamana, tahun 2010. Kenapa suka suju? Duh susah ini hehe hmmm pertama karena penasaran. Kok fansnya segitu cintanya sama SJ. Terus dari situ jadi nyari-nyari semua yang berhubungan dengan SJ dan tahu kalo mereka itu menginspirasi sekali dengan segala perjuangan sampai menjadi terkenal sampai saat ini. Terus mereka itu punya bakat *talent*. Dan yang paling mengena adalah perlakuan mereka ke fans yang bikin tambah cinta ke SJ. Mereka selalu berusaha menunjukkan yang terbaik dan itu semua buat ELF.

Peneliti : Tahu suju dari mana yes?

Responden: Awal tahu dulu kali ya, semua berawal dari drama *Boys Before Flower*, Ostnya kan yang ngisi idol K-Pop seperti SS501 dan Shinee bikin aku tahu K-Pop. Dan setelah tau yaa itu tadi penasaran sama kenapa ELF segitu *freak* nya sama SJ. Dan yaaah nyari tahu tentang mereka dari baca majalah, ngikutin *fanpage* di FB, dan lain-lain lah.

Peneliti : Terus pas awal suka ngapain aja?

Responden: *Browsing, update* berita dan *download* tentang SJ. Mulai dari lagu, *variety show*, dan juga nyari temen yang sama-sama suka SJ.

Peneliti : Kalo masalah uang yang kamu keluarkan ada gak yes? Buat apa aja kalo ada?

Responden: Iya ada. Buat nonton konser, *gathering* dengan komunitas, beli *merchandise*.

Peneliti : Kamu punya banyak temen yang suka suju gak? Ngapain aja kalo sama mereka?

Responden: Iya banyak, kalo sama mereka yaa bicara tentang berita *terupdate* SJ dan saling tukar menukar *file video* konser sama *reality show* SJ.

Peneliti : Pernah ngajak temen buat suka suju gak?

Responden: Iya pernah

Peneliti : Tanggapan ortumu gimana yes soal hobi kamu itu?

Responden: Tidak mendukung dan tidak melarang. Pada intinya membebaskan asal jangan sampai menghambat *study*.

Peneliti : Kamu pernah mengalami peristiwa menarik ga yes soal hobi kamu ini?

Responden: Banyak sebenarnya, negatif maupun positif. Tapi kalo disuruh milih yang menarik yaa waktu nonton SS5. Itu adalah kali pertama aku melakukan perjalanan jauh dengan bus, dan saya bertanggung jawab untuk mengatur *tour* yang diadakan oleh komunitas ELF Surabaya. Itu juga kali pertama aku harus antri selama 3 jam di tengah terik matahari dan antrian yang bisa dibilang kacau. Tapi setelah masuk dan menikmati konser, semuanya terasa berharga sekali hahaha.

Peneliti : Kamu biasa cari info tentang suju dimana? Apa aja yang kamu cari?

Responden: Media *online* yang paling sering lewat *twitter*. Yang sering yaa berita terbaru, aktivitas SJ dan member-membarnya.

Peneliti : Pernah ngalamin masalah pas lagi cari informasi? Kalo ada gimana kamu ngatasinnya?

Responden: Sejauh ini sih gak ada masalah yang berarti.

### III. Responden 12 (R12)

Peneliti : Chap mau minta tolong buat jawab beberapa pertanyaan, mau yaa? hehe

Responden: Iyaa boleh yen.

Peneliti : Sejak kapan kamu suka suju? Dan kenapa?

Responden: Sejak 2010. Karena mereka *multi talented*, penyanyi, *dancer*, *actor*, MC, pelawak haha

Peneliti : Pertama tahu suju dari mana? Terus ngapain aja pas pertama suka suju?

Responden: Dari baca majalah *K-Pop*. Dari situ aku mulai *browsing* video, *download* sama *searching* info.

Peneliti : Kamu ngeluarin banyak uang gak buat suka sama suju? Terus biasanya kamu beli apa aja?

Responden: Iya jelas, aku seringnya beli tiket konser sama album sih.

Peneliti : Kamu punya banyak temen yang suka suju? Kalo ngumpul sama temen-temenmu itu ngapain aja biasanya?

Responden: Iya ada banyak, kalo ketemu mereka yaa *sharing* info sama video.

Peneliti : Kalo nunjukin ato ngajak temen buat suka suju pernah gak?

Responden: Kalo nunjukin pernah, tapi kalo ngajak enggak.

Peneliti : tanggapan orang tua kamu gimana soal kesukaan kamu sama suju?

Responden: Boleh aja asalkan uang untuk membeli album atau tiket konser dari hasil tabungan sendiri gak masalah.

Peneliti : Pengalaman menarik apa yang pernah kamu alami selama suka suju? Ada gak?

Responden: Paling itu sih ketemu sama berbagai macam orang hehe.

Peneliti : Biasanya cari info suju dimana aja? Terus cari info apa aja?

Responden: Internet, sosmed sama *fanclub*, terus cari berita terbaru seputar member suju.

Peneliti : Pernah menghadapi masalah ga chap pas lagi cari info tentang suju? Kalo pernah biasanya kamu ngapain?

Responden: Masalah itu biasanya banyak sumber informasi yang simpang siur sama *low internet connection*. Kalo udah kayak gitu aku pasti cari sumber informasi yang masuk akal.

#### **IV. Responden 60 (R60)**

Peneliti : Kak maaf ngrepotin, mau tenya beberapa hal boleh?

Responden: Oke gapapa.

Peneliti : Sejak kapan suka suju kak? Kenapa suka sama mereka?

Responden: Sejak tahun 2010, karena lagunya bagus-bagu dan keren-keren dancenya.

Peneliti : Awal mula suka suju gimana? Ngapain aja kak?

Responden: Awal mula suka suju waktu nonton di acara PRO Tv ditayangin program-program musik *K-Pop* terus ada suju. Dari situ mulai ngumpulin berita-berita tentang suju di online kayak twit, FB, majalah-majalah *K-Pop* dan lain-lain.

Peneliti : kalo pengeluaran buat suju ada kak? apa aja kak?

Responden: Iya ada, beberapa ada yang buat beli majalah-majalah mereka tentang suju atau beli album mereka. Selain itu beli poster, *accessories* tentang suju kayak kaos, gantungan hp dan lain-lain.

Peneliti : Kakak punya temen yang suka suju? Biasanya kalo ketemu mereka ngapain aja kak?

Responden: Iyaa banyak banget temen yang suka suju. Kalo ketemu mereka suka bagi-bagi info tentang suju.

Peneliti : Kakak pernah ngajakin temen-temen kakak buat suka suju?

Responden: Iya pernah kok.

Peneliti : Kalo tanggapan orang tua kakak gimana tentang *K-Pop*?

Responden: Sangat tidak setuju, orang tuaku sangat tidak suka *K-Pop* hahaha

Peneliti : Pengalaman menarik yang pernah kakak alami selama suka sama suju apa aja?

Responden: Pengalamanku yang menarik dan paling aku inget itu menirukan gaya *dance* nya suju, semacam *cover dance* gitu lah.

Peneliti : Kalo cari info bisanya dimana kak? Info apa aja?

Responden: Di berita FB, twit, majalah. Cari info tentang kegiatan konser mereka, *fans meeting* mereka, kehidupan sehari-hari mereka sama lagu baru mereka.

Peneliti : Terakhir nih kak, pernah ada masalah gak waktu *stalking* suju gitu? Kalo ada bisanya kakak ngapain buat mengatasi masalah itu?

Responden: Gak ada masalah apa-apa, jadi gak ada yang perlu diatasi.

#### **V. Responden 65 (R65)**

Peneliti : Dek maaf ganggu bentar, kakak mau tanya beberapa hal boleh? Tentang suju hehe

Responden: Oke kak boleh kok.

Peneliti : Langsung aja yaa dek. Sejak kapan kamu suka suju dan kenapa?

Responden: Sejak tahun 2011 kalo gak salah hehe alasannya *simple* aja sih karena *feel* nya lebih dapet ke mereka.

Peneliti : Awal mula tahu suju dari mana dek? Terus pas awal suka kamu ngapain aja?

Responden: Pertama dari temen, tapi itu juga agak lama sih. Akhirnya cari tahu *detail* tentang mereka eh malah kepincut deh akhirnya. Terus selanjutnya mulai cari *detail* profil para personilnya.

Peneliti : Kamu nganggarin dana juga buat dukung kegiatan kamu sebagai ELF? Buat apa aja dek biasanya?

Responden: Iya kak, buat ikut acara-acara komunitas gitu.

Peneliti : Punya banyak temen yang juga suka suju gak? Terus kegiatan apa yang biasanya kamu lakuin sama mereka?

Responden: Lumayan banyak kak, biasanya sih membahas *project* maupun hal-hal yang berkaitan dengan suju.

Peneliti : Orang tua kamu dukung hobi kamu ini gak dek?

Responden: Biasa aja, sekalipun sedikit susah buat ngasih ijin kalo lagi mau keluar-keluar jauh, berkaitan dengan kegiatan *gathering* dan semacamnya.

Peneliti : Ada pengalaman menarik ga dek selama jadi ELF?

Responden: Ada banget, dari sini aku bisa kenal deket dengan banyak orang dimanapun tempat mereka berada. Malah deketnya udah kayak ngelebihin sodara. Seru, asik, pokoknya seneng banget bisa kenal dan deket sama orang yang punya hobi sama dengan kita.

Peneliti : Pernah ngajak temen kamu yang gak tahu *K-pop* buat suka suju juga gak dek?

Responden: Gak pernah sih kak.

Peneliti : Kalo cari info tentang suju biasanya dimana aja dek? Terus cari tentang apa aja?

Responden: Yang paling utama di internet, cari hal-hal *terupdate* tentang mereka.

Peneliti : Pernah ada masalah gak waktu cari info tentang suju? Terus sikap kamu gimana dalam menghadapi masalah yang kamu alami?

Responden: Kalo aku ya koneksi atau jaringan yang lemot, terus solusinya yaa ganti *sim card* yang lemot lagi kak hehe.

## VI. Responden 66 (R66)

Peneliti : Kak maaf sebelumnya, mau minta waktu buat tanya-tanya sebentar boleh?

Responden: Ok dek gak masalah.

Peneliti : Kakak kapan pertama kali suka suju? Dan kenapa suka sama mereka?

Responden: Suka suju udah sejak lagu *sorry sorry booming*, kalo jadi ELF sejak ada lagu *bonamana*. Suka mereka karena lagunya menarik, membernyanya yang ramah, menghargai fans, pekerja keras dan yang paling penting mereka gila gak sadar umur pas di hadapan ELF hahaha.

Peneliti : Awal tahu suju dari mana kak? Terus ngapain aja pas awal suka suju?

Responden: Kalo tau lagu *sorry sorry* dari kakak, yaa stelah itu aku *stalking all about* suju, nabung buat nonton konser, sama pergi ke *gathering*.

Peneliti : Punya anggaran tersendiri gak kam buat koleksi tentang suju? Koleksi apa aja biasanya?

Responden: Iya punya. Buat pergi ke *gathering*, beli album dan nonton konser.

Peneliti : Punya banyak temen ELF donk kak? Ngapain aja kalo sama mereka kak?

Responden: Iya ada banyak, biasanya kita pergi ke *gathering* sama-sama, beli album sama-sama dan *hangout* sama-sama.

Peneliti : Pernah ngajak temennya yang bukan ELF untuk suka suju gak kak?

Responden: Iya pernah dek.

Peneliti : Respon orang tua kakak gimana tentang hobi kakak itu?

Responden: Awalnya sih melarang, tapi akhirnya membiarkan.

Peneliti : Pengalaman menarik apa yang kakak dapatkan selama menjadi ELF?

Responden: Mendapat banyak teman dari seluruh Indonesia dan pengalaman menyenangkan saat menonton konser bersama teman-teman ELF yang lain., mulai dari mengantri sampai di dalam *venue*.

Peneliti : Suka cari info tentang suju diaman aja kak? Terus cari info apa aja?

Responden: Biasanya sih di *twitter*, IG dan *website official* suju dan SM. Cari infornya tentang hal-hal terbaru tentang suju, semua aktivitas grup maupun member dan tentang *fanbase* yang mengadakan *project*.

Peneliti : Pernah ada masalah saat cari info tentang suju gak kak? Gimana kakak mengatasi masalah itu?

Responden: Sejauh ini sih masalahnya di jaringan internet yang lelet. Cara ngatasinnya yaa ganti *provider* internet yang lain.

