

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Awalnya, teknologi diciptakan untuk mempermudah setiap kegiatan manusia. Lahir dari pemikiran manusia yang berusaha untuk mempermudah kegiatan-kegiatannya yang kemudian diterapkan dalam kehidupannya. Kini teknologi telah berkembang pesat dan semakin maju seiring dengan perkembangan zaman sehingga terjadi pengalihan fungsi teknologi. Contohnya pada salah satu fasilitas canggih pada masa ini yang akan dibahas yaitu mengenai telepon genggam yang lebih dikenal dengan sebutan *handphone*.

Handphone (HP), merupakan alat komunikasi zaman sekarang yang menggunakan transmisi gelombang radio. Penemu sistem *handphone* yang pertama adalah Martin Cooper. Di kawasan Asia, *handphone (HP)* pertama kali muncul dan populer di Jepang pada tahun 1979 dan merupakan terobosan teknologi yang sangat mutakhir bagi kelangsungan hidup umat manusia. Sejak pertama kali muncul, *handphone (HP)* memang tidak dapat dipisahkan dengan gaya hidup umat manusia. ([id.wikipedia.org/wiki/telepon genggam](https://id.wikipedia.org/wiki/telepon_genggam))

Keberadaanya tidak dapat dipisahkan dengan simbol status sosial dan ekonomi, ataupun menjadi lambang kebanggaan suatu kalangan tertentu yang menggunakannya. Walaupun sementara orang mungkin berkeinginan menciptakan gaya hidup total (tampil beda). *Handphone* pada awalnya merupakan barang yang langka, namun seiring dengan perjalanan waktu dan kemajuan

zaman, benda tersebut sudah banyak digunakan oleh berbagai kalangan baik eksekutif atau kalangan kantor, maupun masyarakat umum, khususnya kalangan pelajar. Fungsi *handphone* pada saat ini perlahan sudah mulai berubah dari sekedar sebagai alat komunikasi yang hanya mengandalkan fitur SMS dan komunikasi secara langsung.

Beberapa tahun yang lalu *handphone* hanya dimiliki oleh kalangan tertentu yang memang benar-benar membutuhkan itu untuk kelancaran pekerjaannya. Seiring berjalannya waktu *handphone* bisa dimiliki oleh semua kalangan. Baik yang sangat membutuhkan maupun yang kurang membutuhkan. Karena sekarang *handphone* dilengkapi dengan beberapa fitur yang membuat *handphone* memiliki beberapa fungsi selain menelepon atau saling berkiriman pesan singkat. *Handphone* kini bukan lagi sekedar alat untuk berkomunikasi, namun juga sebagai gaya hidup.

Di zaman yang semakin maju ini, banyak hal telah berkembang dikarenakan pemikiran manusia yang semakin rumit dan pemenuhan kebutuhan yang tidak pernah cukup. Perubahan yang paling menonjol terlihat pada perkembangan di bidang teknologi, informasi, dan komunikasi. Perkembangan yang pesat di bidang-bidang tersebut mempengaruhi gaya hidup manusia, terutama kalangan pelajar. Kehidupan pelajar dan tidak lepas dari pergaulan. Para pelajar tentunya ingin selalu mengikuti perkembangan zaman agar tidak dijuluki kuno atau ketinggalan zaman. (diambil dari blogspot.com_dampak-penggunaan-blackberry-di unduh tanggal 10/10/2012 pukul 08.18).

Perkembangan komunikasi telah memunculkan berbagai macam variasi *handphone*. Salah satu jenis *handphone* yang populer di kalangan pelajar saat ini adalah *Blackberry Smartphone*. *Blackberry* merupakan salah satu *smartphone* yang dewasa ini mulai mencuat di kalangan pengguna *handphone*.

Perkembangan *Handphone Blackberry* di Indonesia sangat berkembang pesat, terutama masyarakat-masyarakat yang ingin mengikuti zaman yang lebih modern lagi terutama kalangan pelajar. Karena dalam pengguna *Handphone Blackberry* ini merupakan salah satu *Handphone* yang populer dari pada *Handphone* lainnya.

Manusia hidup di bumi dengan berbagai macam budaya dan kepercayaan serta kebiasaan dan lingkungan yang berbeda-beda, itulah yang sebagian besar mempengaruhi gaya hidup masyarakat di dunia. Manusia dan kehidupannya yang memiliki *lifestyle* yang berbeda-beda memberi warna tersendiri dalam kehidupan di dunia dan memberikan banyak pengaruh dalam merubah wajah dunia. *Lifestyle* memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia. (diambil dari teknologi.kompasiana.com/manusia-bukan-budak-teknologi diunduh tanggal 22/11/2009 pukul 00.31).

Gaya hidup merupakan ciri sebuah Negara modern, atau yang biasa juga disebut modernitas. Maksudnya adalah siapa pun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup bagi andari kehidupan sosial sehari-hari dunia modern, gaya hidup berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh mereka yang hidup dalam masyarakat

modern. (diambil dari teknologi.kompasiana.com/manusia-bukan-budak-teknologi diunduh tanggal 22/11/2009 pukul 00.31).

Jika awalnya kebanyakan pengguna *Blackberry* adalah karyawan perusahaan swasta atau para eksekutif muda dan wanita karir hingga pejabat, kini wacana itu sudah bisa kita buang jauh-jauh. Pasalnya, para pengguna *Blackberry* saat ini udah jauh meluas sampai ke kalangan mahasiswa dan juga pelajar. Sebuah perangkat selular yang memiliki kemampuan layanan *push e-mail*, telepon, sms, *browsing* internet dan berbagai kemampuan nirkabel lainnya memang begitu fenomenal belakangan ini, bukan sebagai alat berkomunikasi saja tapi kebutuhan *fashion*. (<http://teknologi.vivanews.com> diunduh tanggal 22/11/2010 pukul 09.00)

Gaya hidup masyarakat di kota-kota besar kini ditandai dari penggunaan *handphone Blackberry* di setiap aktivitasnya. Banyaknya *publicfigur* dan selebritis yang menentang *Blackberry* menjadikan ponsel besutan perusahaan asal Kanada, *Research in Motion* (RIM), ini berubah menjadi barang yang paling diminati saat ini. *Blackberry* digemari karena kemampuan multitasknya. (diambil dari teknologi.kompasiana.com/manusia-bukan-budak-teknologi diunduh tanggal 22/11/2009 pukul 00.31)

Namun, pengguna *BlackBerry* di Indonesiaternyata lebih banyak memanfaatkan *handset* canggih itu untuk keperluan *lifestyle*. Berbagai fitur dan kemudahan yang melengkapi perangkat genggam terkini seperti *BlackBerry* mutakhir mampu mengubah pola komunikasi penggunanya dan ada perubahan gaya hidup atau kebiasaan dari para pengguna. Seperti yang tadinya mengomel saat macet, sekarang tenang saja tidak mengeluh karena perhatiannya tertuju pada

handphone Blackberry yang digenggamnya. Apalagi dengan memiliki *Blackberry*, para pengguna seakan dimanjakan oleh kecanggihan *smartphone* asal Kanada ini.

Dengan menggunakan *Blackberry*, dimanapun dan kapanpun dapat mengakses internet dan email. Aktivitas tentu saja menjadi mudah dan cepat. Bagi para pengiat teknologi atau kalangan yang biasanya memerlukan informasi cepat, *Blackberry* merupakan perangkat telekomunikasi yang relatif tepat. Dapat mengakses dimana saja dan kapan saja tanpa harus berada di depan komputer atau laptop. Fitur yang menarik yang ada di *Blackberry* ini lah yang membuat pelajar memakai *handphone Blackberry* ini. *Handphone* ini seperti halnya perangkat yang ada di komputer yang dapat kita akses atau kita gunakan kapan saja dan dimana saja tanpa harus menggunakan laptop atau komputer.

Dengan memiliki *handphone Blackberry* ini mempermudah pelajar untuk mendapatkan informasi atau tugas yang mereka inginkan kapan saja tanpa harus pergi ke warnet. Pelajar lebih memilih *handphone Blackberry* dengan banyak alasan diantaranya seperti yang dijelaskan diatas, untuk jejaring sosial karena *handphone Blackberry* lebih unggul dalam *sosial networknya*, menjalin silaturahmi walaupun hanya lewat dunia maya, dan lain sebagainya. Kemudahan yang di tawarkan inilah yang banyak membuat pelajar memakainya. Dengan inilah pelajar masuk dalam jejaring sosial dengan mudah, selain mudah gaya hidup pelajar pun berbeda dengan pelajar yang lainnya, karena mereka (pelajar) sudah masuk atau pun aktif dalam jejaring sosial yang mereka gunakan. Pola kehidupan sosial yang khusus seringkali disederhanakan dengan istilah budaya.

Budaya bisa didefinisikan sebagai “Keseluruhan gaya hidup suatu masyarakat-kebiasaan adat istiadat, sikap, dan nilai-nilai mereka, serta pemahaman yang sama yang menyatukan mereka sebagai suatu masyarakat”.

Gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas dan bentuk identitas kolektif yang berkembang seiring dengan waktu bahkan dalam kesenangan baru seringkali terlihat menyimpang, seperti kehadiran *handphone Blackberry* membuat orang berlomba-lomba untuk memiliki dan menggunakannya. Memang banyak juga sisi positif dan manfaat dari *handphone Blackberry*, tapi itu pun bagi mereka yang benar-benar paham dan mengerti bagaimana menggunakan dan mengfungsikan *handphone Blackberry* untuk kepentingan positif dalam hidup mereka. (diambil dari <http://lifestyle-awan.blogspot.com/2009/03/pengertian-gaya-hidup.html> diunduh 21/11/2009 pukul 00.31)

Akhirnya secara tidak sadar, sebagian orang tersebut mundur beberapa langkah dari komunitas sosial di lingkungan tempat mereka berada. Mereka mulai tidak peduli dengan lingkungan sekitar mereka saat mereka sedang asyik dengan *Blackberry*-nya. Duduk diam 1-2 jam di satu tempat dengan *Blackberry* di tangan, asyik sendiri dengan sekali-sekali tertawa sendiri dan terkadang kesal sendiri dan mengumpat di hadapan *Blackberry* yang ada di tangannya itu.

Terlihat dan sudah terbukti bahwa saat ini teknologi komunikasi elektronik seperti *handphone Blackberry* sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian masyarakat, pelajar atau pun mahasiswa. Awalnya *handphone* hanya menjadi kebutuhan dan kini *handphone* sudah menjadi gaya hidup dan barang kebutuhan

yang sulit terpisahkan untuk sebagian orang, karena *handphone* sudah menyatu dengan diri kita di kehidupan sehari-hari.

Berbagai dampak yang ditimbulkan akibat pengguna *handphone* memang sangat kompleks dan sedikit sekali yang menyadari akan hal tersebut. Ada yang mempercayai, ada yang tidak percaya bahkan ada juga yang acuh tak acuh meskipun sudah mengetahui dampak negatif dari menggunakan *handphone*.

Apapun dampak negatif dan positif *handphone* di Indonesia yang jelas *handphone* adalah peralatan yang relatif modern digunakan. *Handphone* telah mengubah berbagai sistem komunikasi yang dijalankan di Indonesia. Artinya, *handphone* telah membawa revolusi perubahan sistem komunikasi di Indonesia diakui atau tidak, (Nurudin, 2005;198).

Seiring perkembangannya *handphone* merupakan kebutuhan setiap orang. *Handphone* sangatlah banyak membantu dalam bidang komunikasi, menghubungkan orang dari satu tempat dengan tempat yang lain tanpa memandang jarak dan waktu, hal tersebut sangat menguntungkan bagi kita sebagai pengguna karena komunikasi kita tidak terbatas oleh waktu dan ruang. Adapun di era globalisasi sekarang, kita bisa mengambil dan menyimpan video ke dalamnya dengan mudah, kita juga bisa melakukan akses internet melalui *handphone*.

Handpone blackberry banyak digunakan remaja khususnya pelajar cewek maupun cowok untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka agar dalam kehidupannya dapat lebih mudah berkomunikasi ataupun melakukan sesuatu. Di Bangkalan terdapat beberapa SMAN, peneliti mengambil informan di SMAN 1

Bangkalan. Berdasarkan observasi Sekolah Menengah Atas Negeri 1,2,3,dan 4 dari 30 banyak siswa dan siswi yang menggunakan *Handpone blackberry*, informan SMAN 1 sebanyak 86,67 %, SMAN 2 sebanyak 83,33 %, SMAN 3 sebanyak 73,33 % dan SMAN 4 sebanyak 53,33. Dari hasil observasi SMAN 1 Bangkalan memiliki jumlah % yang tinggi jadi penelitian dilakukan di SMAN 1 Bangkalan. SMAN 1 Bangkalan menjadi sekolah favorit pelajar juga lokasi sekolah yang strategis sehingga banyak diminati. Serta fasilitas pendukung belajar, sudah banyak terpenuhi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahannya adalah :

- 1.2.1 Bagaimana gaya hidup pengguna *handphone BlackBerry* pada pelajar SMAN 1 Bangkalan, Desa Junok, Kecamatan Bangkalan, Kabupaten Bangkalan ?
- 1.2.2 Bagaimana dampak penggunaan *handphone BlackBerry* pada pelajar SMAN 1 Bangkalan, Desa Junok, Kecamatan Bangkalan, Kabupaten Bangkalan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah ;

- 1.3.1 Untuk mengetahui gaya hidup pengguna *handphone Blackberry* pada pelajar SMAN 1 Bangkalan, Desa Junok, Kecamatan Bangkalan, Kabupaten Bangkalan.
- 1.3.2 Untuk mengetahui dampak penggunaa *handphone BlackBerry* pada pelajar SMAN 1 Bangkalan, Desa Junok, Kecamatan Bangkalan, Kabupaten Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Praktis

- a. Dapat menjadi salah satu sumber atau informasi dan bahan pertimbangan untuk mengkaji materi–materi yang berhubungan dengan pengguna *handphone Blackberry* sehingga akan didapatkan hasil yang optimal bagi proses belajar mahasiswa.
- b. Untuk memberikan pengetahuan terhadap masyarakat secara luas (baik orang tua, pihak sekolah maupun lembaga pendidikan lainnya) mengenai perilaku pengguna *handphone Blackberry* dikalangan pelajar sehingga orang tua dapat lebih mengarahkan serta mengontrol dalam pengguna *handphone Blackberry* bagianak merekakhususnya berkaitan dengan dampak negatif yang timbul dari pengguna alat tersebut.

- c. Sebagai penambah wacana keilmuan tentang gaya hidup pengguna *Handphone Blackberry*.
- d. Implementasi ilmu pengetahuan yang telah peneliti peroleh dari bangku perkuliahan.

1.4.2 Manfaat Teoritis

- a. Dapat dijadikan sebagai bahan informasi bagi peneliti yang ingin mengadakan penelitian dengan tema yang sejenis di masa yang akan datang.
- b. Memberikan kontribusi bagi cabang keilmuan yang peneliti tekuni.
- c. Penelitian ini menjadi permasalahan baru dalam bidang keilmuan sosiologi khususnya di Madura.

1.5 Kerangka Teori

Teori merupakan himpunan konsep, definisi, dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi di antara variabel, untuk menjelaskan, meramalkan dan memberikan pandangan terhadap sebuah permasalahan.

Manusia adalah makhluk individu yang tidak dapat melepaskan diri dari hubungan dengan manusia lain. Sebagai akibat dari hubungan yang terjadi di antara individu-individu (manusia) kemudian lahirlah kelompok-kelompok sosial (*social group*) yang dilandasi oleh kesamaan-kesamaan kepentingan bersama. Namun bukan berarti semua himpunan manusia dapat dikatakan kelompok sosial. Untuk dikatakan kelompok sosial terdapat persyaratan-

persyaratan tertentu. Dalam kelompok sosial yang telah tersusun, susunan masyarakatnya akan terjadinya sebuah perubahan dalam susunan tersebut, merupakan sebuah keniscayaan. Karena perubahan merupakan hal yang mutlak terjadi dimanapun tempatnya.

1.5.1 Nilai Tanda dan Nilai Simbol Baudrillard

Kebudayaan populer banyak berkaitan dengan masalah keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan orang tertentu, seperti pementasan mega bintang, kendaraan pribadi, *fashion*, model rumah, perawatan tubuh, dan sebagainya. Budaya juga memiliki nilai yang membedakan satu budaya dengan budaya lainnya. Budaya yang memiliki nilai tinggi dibedakan dengan budaya yang memiliki nilai dibawahnya. Namun dalam budaya populer, perangkat media massa seperti pasar rakyat, film, buku, televisi, dan jurnalistik akan menuntun perkembangan budaya pada erosi nilai budaya (Storey, 2003: 15).

Menurut Baudrillard, pola konsumsi masyarakat modern ditandai dengan bergesernya orientasi yang semula ditujukan bagi kebutuhan hidup, menjadi gaya hidup. Kelas menengah merupakan kelas penikmat yang dapat mengkonsumsi produk-produk kapitalis di pasaran. Sehingga masyarakat yang mempunyai uang dapat membeli berbagai kebutuhan konsumtif yang ditawarkan. Serta bukanlah konsumsi objek-objek material, melainkan konsumsi akan nilai-nilai; konsumsi atas tanda (Piliang dalam Hidayat, 2011: 146).

Kini seseorang akan lebih memilih produk bermerek ketimbang produk sejenis lain yang berdaya guna sama dan berharga lebih murah. Bagi Baudrillard, hal terkait menunjukkan betapa dewasa ini masyarakat lebih terpaku pada konsumsi simbol, hasrat untuk mendapatkan kehormatan, Prestise, status dan identitas ketimbang kegunaan (Baudrillard dalam Hidayat, 2011: 57).

Masyarakat konsumen yang berkembang saat ini adalah masyarakat yang menjalankan logika sosial konsumsi, dimana kegunaan dan pelayanan bukanlah motif terakhir tindakan konsumsi. Melainkan lebih kepada produksi dan manipulasi penanda-penanda sosial. Individu menerima identitas mereka dalam hubungannya dengan orang lain bukan dari siapa dan apa yang dilakukannya, namun dari tanda dan makna yang mereka konsumsi, miliki dan tampilkan dalam interaksi sosial. Dalam masyarakat konsumen, tanda adalah cerminan aktualisasi diri individu paling meyakinkan (dalam Hidayat, 2011: 49).

Kini, menurut Baudrillard adalah era kejayaan nilai-tanda dan nilai-simbol yang ditopang oleh meledaknya makna serta citra oleh perkembangan teknologi dan media massa (Lechte, 1994: 234). Baudrillard memanfaatkan semiologi sebagai alat analisa. Menurut Baudrillard, masyarakat primitif ditandai dengan tidak adanya elemen tanda dalam interaksi seluruh aspek kehidupan masyarakatnya. Objek dipahami secara murni dan alamiah berdasarkan kegunaannya. Selanjutnya dalam masyarakat hierarkis, lahir elemen tanda yang beroperasi masih dalam lingkup yang

terbatas. Tanda dipahami sebagai makna yang ditanamkan oleh segolongan kelas kepada kelas yang lain. Tanda juga mulai menggantikan kedudukan objek murni, yang kini memiliki nilai-tukar. Akhirnya, pada tahapnya yang tertinggi, terbentuklah masyarakat massa. Dalam masyarakat massa, tanda mendominasi seluruh aspek kehidupan. Tidak ada lagi objek murni, kecuali objek tanda. Individu dalam masyarakat massa berperan sebagai konsumen tanda tanpa memiliki status kelas tertentu.

Sementara kode adalah cara pengkombinasian tanda yang disepakati secara sosial, untuk memungkinkan satu pesan dapat disampaikan dari seseorang kepada orang yang lain (Piliang, 2004: 13). Dalam dunia simulasi, identitas seseorang misalnya, tidak lagi ditentukan oleh dan dari dalam dirinya sendiri. Identitas kini lebih ditentukan oleh konstruksi tanda, citra dan kode yang membentuk cermin bagaimana seorang individu memahami diri mereka dan hubungannya dengan orang lain. Lebih lanjut, realitas-realitas ekonomi, politik, sosial dan budaya, kesemuanya diatur oleh logika simulasi ini, dimana kode dan model-model menentukan bagaimana seseorang harus bertindak dan memahami lingkungannya.

Pemikiran Baudrillard dapat dipetakan sebagai pelacakan terhadap kehidupan tanda-tanda (*the life of the signs*). Konsumsi kini disadari dilakukan bukan semata-mata karena kebutuhan dan kegiatan diproduksi bukan semata-mata untuk menghasilkan kebutuhan dasar namun untuk salah satunya untuk meningkatkan kebanggaan simbolik. Seseorang yang menggunakan mobil *Lamborghini* akan mendapatkan prestise dibandingkan

orang yang menggunakan mobil *BMW Mini Cooper* karena orang dengan mobil sport akan lebih disimbolkan sebagai orang yang maskulin daripada city car. Dimana yang di kedepankan adalah penampilan ketimbang makna dan kedalaman sekaligus mengisyaratkan lebih diterimanya simbol status, prestise, penampilan dan gaya ketimbang manfaat atau maknanya. Merebaknya persaingan gaya hidup dengan berbagai simbol budaya pendukungnya (Baudrillard dalam Hidayat, 2011: 116).

Gaya hidup dapat dipahami sebagai sebuah karakteristik seseorang secara kasatmata, yang menandai sistem nilai, serta sikap terhadap diri sendiri dan lingkungannya. Gaya hidup merupakan kombinasi dan totalitas cara, tata, kebiasaan, pilihan, serta objek-objek yang mendukungnya, dalam pelaksanaannya dilandasi oleh sistem nilai atau sistem kepercayaan tertentu.

Gaya hidup (*lifestyle*) yang ditampilkan antara kelas sosial satu dengan kelas sosial yang lain dalam banyak hal tidak sama, bahkan ada kecenderungan masing-masing kelas mencoba mengembangkan gaya hidup yang eksklusif untuk membedakan dirinya dengan kelas yang lain. Berbeda dengan kelas sosial rendah yang umumnya bersikap konservatif di bidang agama, moralitas, selera pakaian, dan hal lainnya, gaya hidup dan penampilan kelas sosial menengah dan atas umumnya lebih atraktif dan eksklusif. (Dickson, 1968 dalam Dwi Narwoko, 2006: 163).

Istilah gaya hidup (*lifestyle*) sekarang ini kabur. Sementara istilah ini memiliki arti sosiologis yang lebih terbatas dengan merujuk pada gaya hidup khas dari berbagai kelompok status tertentu. (Weber : 1968, dalam

Mike Feathersone, 2005;197). Individu modern dalam budaya konsumen itu didasarkan bahwa dia tidak hanya berbicara dengan busananya, tetapi dengan rumahnya, perabotannya, dan berbagai aktifitas lain yang harus difahami dan diklasifikasikan dalam kaitannya dengan kehadiran serta tidak adanya selera.

Masyarakat konsumsi merupakan konsep kunci dalam pemikiran Baudrillard untuk menunjukkan jalan konsumerisme yang sangat luar biasa dan telah menjadi bagian dari gaya hidup manusia modern. Objek konsumsi tidak hanya berbentuk barang, namun lebih dari itu. (Nanang Martono, 2011;130).

Gaya hidup seorang individu diperkirakan bisa mempengaruhi pola konsumsi seseorang. Individu yang memiliki bergaya hidup sangat mementingkan citra diri dalam dirinya sehingga sangat berminat akan hal-hal yang bisa menunjukkan kepada orang lain kemampuan ekonomi yang dimilikinya.

Berbagai *Brand* tingkat tinggi seperti *Levi's*, *Lea*, *Arrow*, *Polo*, *Seiko*, *Omega*, *Rolex*, *Parker*, *Nike*, *Adidas*, *Reebok*, *Ferari*, *Mercy*, *BMW* serta merek-merek lainnya merupakan bagian dari kehidupan para esekutif, sebagai cerminan bentuk gaya hidup tinggi dan hal ini sudah menjadi konsekuensinya dari kelas-kelas dominan yang mempunyai kekuasaan sebagai pencitraan terhadap identitas diri mereka (Sardar, 2005: 16).

Diskusi tentang masyarakat konsumen (*consumer society*) Baudrillard dimulai dengan diagnosisnya akan nilai tanda (*sign value*). Nilai tanda (*sign*

value) adalah ideologi yang dihidupi oleh masyarakat yang menjalankan logika sosial konsumsi. Dalam *sign value*, motif terakhir tindakan konsumsi bukanlah pelayanan dan nilai guna suatu barang, melainkan produksi dan manipulasi penanda-penanda sosial. Konsumsi menjadi motif utama dan penggerak realitas sosial, budaya bahkan politik (Baudrillard, 2009:16).

Nilai-tanda dan nilai-simbol, yang berupa status, prestise, ekspresi gaya dan gaya hidup, kemewahan dan kehormatan adalah motif utama aktivitas konsumsi masyarakat konsumen. Pergeseran nilai yang terjadi seiring dengan perubahan karakter masyarakat postmodern inilah yang kemudian menarik perhatian Baudrillard untuk mengkajinya secara lebih mendalam. Hampir seluruh dimensi kehidupan masyarakat sekarang di tuntun oleh logika ekonomi kapitalis yang menawarkan keterbukaan, kebaruan, perubahan dan percepatan konstan. Dalam keadaan demikian, persoalan gaya hidup, mode dan penampilan menjadi nilai baru yang menggantikan nilai kebijaksanaan, kearifan dan kesederhanaan (Baudrillard dalam Hidayat, 2011: 51-52).

Baudrillard menjelaskan tentang keberlimpahan (*profusion*) tanda-tanda yang menyebar dengan luas. Relasi antara tanda dan konsumsi ini merupakan poin penting memahami teori konsumsi Baudrillard. Objek diperlakukan sebagai tanda, konsumsi dan reproduksi dibuat sedemikian rupa melalui iklan, display, kemasan, fashion agar masyarakat konsumen memperlakukan konsumsi sebagai tanda, citra, dan pesan. Pilihan konsumsi bukan lagi berdasarkan pada komoditas (Baudrillard, 2009:34-35).

Baudrillard berpandangan bahwa konsumsi masyarakat dewasa ini lebih ditekankan pada nilai tanda(*sign-value*) atau kualitas-kualitas simbolik (*qualities symbolic*) daripada nilai guna suatu barang atau jasa, maksudnya orang tidak lagi mengkonsumsi objek berdasarkan nilai guna, melainkan karena nilai tanda atau simbolis yang sifatnya abstrak dan terkonstruksi. Hal ini disebabkan karena beberapa bagian dari tawaran iklan justru menafikan kebutuhan konsumen akan keunggulan produk, melainkan dengan menyerang rasa sombong tersembunyi dalam diri manusia, yakni ditawarkan sebagai simbol prestise & gaya hidup mewah yang menumbuhkan rasa bangga yang klise dalam diri pemakainya. Dari sinilah kemudian terjadi percampuran antara kenyataan dengan simulasi dan menciptakan hiperealitas, dimana yang nyata dan tidak nyata menjadi tidak jelas (Baudrillard, 2009:57).

Menurut Baudrillard adalah dunia yang penuh dengan simbol dan citra.Termasuk dalam konsumsi. Ketika orang mengkonsumsi, maka yang dikonsumsi sebenarnya bukan nilai barang, namun citra atas barang tersebut.Konsumsi dirayakan seiring dengan munculnya pusat perbelanjaan (super) modern, kapitalisme neoliberal, dan pasar bebas. Cara kita berpakaian, apa yang kita makan, dan bagaimana kita bersosialisasi juga mengkomunikasikan hal-hal mengenai diri kita, dan dengan demikian dapat dipelajari sebagai tanda (Barthes dalam Sardar, 2005: 10-11).

Menurut Baudrillard mengaburkan kelas dan status sosial.Siapa pun yang mampu bisa merayakan konsumsi tanpa memandang kelas dan status

sosial. Konsumsi memberikan identitas tertentu tanpa memandang batas-batas sosial. Praktik-praktik konsumsi selanjutnya menjadi gaya hidup masyarakat. Konsumsi menjadi cara pandang (baru) masyarakat. Seiring dengan terus beroperasinya industri lintas negara dan tumbuhnya *supermarket*, *hipermarket*, dan *mall*. Bahkan dengan strateginya yang cantik, barang konsumsi disesuaikan dengan pengalaman dan pandangan filosofis masyarakat setempat (*fordisme*). Munculnya strategi *fordisme* tersebut terus-menerus menempatkan masyarakat dalam kubangan konsumerisme.

Kajian tentang konsumerisme dan sosiologi konsumsi menjadi penting saat ini. Signifikansinya adalah, perubahan masyarakat saat ini cenderung menuju pada budaya komsumeris seiring menjamurnya pusat perbelanjaan. Kajian ini dimulai dari tokoh klasik, tokoh sosiologi konsumsi, dan teori posmodern dengan konteks sosial masing-masing zaman mereka. Kajian keilmuan sosiologi dalam masyarakat konsumsi jelas akan senantiasa penting di masa yang akan datang (Baudrillard, 2009:125).

Menurut George Ritzer (2004), Baudrillard memakai pendekatan Konsumsi sebagai nilai tanda mengandung kelebihan dan kekurangan. Tindakan konsumsi bukan hanya pembelian yang sederhana, tetapi juga sebuah perluasan, konsumsi adalah manifestasi kekayaan, dan sebuah perwujudan dari penghancuran kekayaan. Nilai pertukaran ekonomis diubah ke dalam nilai pertukaran tanda berdasarkan sebuah monopoli kode. Masyarakat tak lagi membeli barang atau jasa karena barang atau jasa itu

dapat ditukarkan dengan barang yang bernilai tinggi. Tidak juga masyarakat menghendaki kegunaan dari barang atau jasa yang mereka konsumsi. Justru saat ini kebutuhan yang prestisius menjadi hasrat tertinggi masyarakat. Inilah bahasa yang dikomunikasikan dalam sistem obyek.

Tanda adalah cerminan akulturasi dari individu paling meyakinkan. Individu menerima identitas dalam hubungannya dengan orang lain bukan dari siapa dan apa yang dilakukannya, namun dari tanda dan makna yang mereka lakukan dalam interaksi sosial, dimana tanda dan citra mengambil peran penting untuk membentuk struktur dalam masyarakat. Aktivitas konsumsi pada dasarnya bukan dilakukan karena alasan kebutuhan, namun lebih pada alasan simbolis: kehormatan, status dan prestise. Lebih mengedepankan tanda, nilai-simbol menjadi motif utama aktivitas konsumsi. Objek komoditi dibeli karena makna simbolik yang ada di dalamnya, dan bukan karena harga dan manfaatnya. Sebuah mobil *Porsche* atau *BMW* misalnya, dinilai bukan karena manfaatnya sebagai alat transportasi atau harganya yang mahal, melainkan karena ia menjadi simbol gaya hidup, prestise, kemewahan dan status sosial pemiliknya (Baudrillard dalam Hidayat, 2011:59-65).

Seperti apa yang dikatakan Harvey (dalam Strinati, 2009:338), bahwa ketika seseorang semakin sering mengkonsumsi citra maupun tanda itu sendirian dan bukannya manfaatnya atau nilai-nilai lebih yang mungkin di simbolisasikan. Penekanan pada gaya dengan mengorbankan substansinya.

Untuk konsumsi, bagaimana Baudrillard menjelaskan bahwa media menciptakan popular terkait dengan konsumsi. Bagaimana orang-orang zaman sekarang diarahkan untuk mengkonsumsi barang-barang (*mode of consumption*) bukan pada nilai guna, tapi pada nilai tanda yang ada dalam benda tersebut. Terjadi penyeragaman rasa, baik dalam konsumsi barang-barang fisik sampai dengan ilmu. Penyamaan rasa ini menjadi salah satu landasan penting dalam kohesi sosial (Strinati; 15 :2009).

Pilihan orang banyak ditentukan oleh sistem kebutuhan dan sistem fungsi-fungsi dalam masyarakat. Sistem kebutuhan dan sistem fungsi dalam masyarakat di atur atau diciptakan sesuai dengan barang-barang komoditi. stratifikasi dan penggolongan masyarakat di atur oleh kemampuan orang memenuhi system kebutuhan. Jadi ikatan sosial terbentuk tidak hanya atas dasar barang yang dikonsumsi, tapi juga *desire* untuk mengkonsumsi (Strinati; 17 :2009).

Barang konsumsi (komoditi) mempunyai kedudukan penting dalam masyarakat, untuk mengintegrasikan seseorang dalam masyarakat. Rasa yang kurang lebih menjadi ikatan sosial, barang konsumsi menjadi semacam kartu identitas sosial. Barang (yang difetiskan) ini mengatasi kekuatan *ideology* yang selama ini menjadi penggolongan sosial, atau adat (*custom*) yang menjadi alat pembedaan, atau satuan geografis yang selama ini menjadi batasan distribusi barang konsumsi. Ikatan *ideology*, adat, dan geografis kurang kuat bila di dibandingkan dengan ikatan rasa. Walaupun pembentukan masyarakat tergantung pada barang komoditi, ikatan sosialnya

cukup kuat karena barang-barang itu sudah di fetiskan (nilai fungsional, tanda, dan simbolik bercampur baur) (Strinati; 17 :2009).

Bagi Baudrillard konsumsi bukan hanya sekedar nafsu untuk membeli begitu banyak komoditas, satu fungsi kenikmatan, satu fungsi individual, pembebasan kebutuhan, pemuasan diri, kekayaan, atau konsumsi objek. Konsumsi berlawanan dengan kebijakan konvensional, bukanlah sesuatu yang dilakukan individu dan dengannya mereka mendapatkan kenikmatan, kebahagiaan, dan kepuasan. Namun, konsumsi adalah satu struktur yang bersifat eksternal dan bersifat memaksa individu. Pada akhirnya, yang tengah dikonsumsi dalam masyarakat konsumsi adalah konsumsi itu sendiri.

1.5.2 Pengguna *Handphone Blackberry*

Handphone telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang tua, hampir semuanya memiliki *handphone*. Berbagai perusahaan produsen *handphone* mulai berlomba-lomba menciptakan inovasi demi inovasi untuk mengembangkan dan menyempurnakan teknologi *handphone*. *Handphone* telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang tua, hampir semuanya memiliki *handphone*.

Dengan menggunakan *Blackberry*, dimanapun dan kapanpun dapat mengakses internet dan email. Aktivitas tentu saja menjadi mudah dan cepat. Saat ini *BlackBerry* tidak lagi sekedar menjadi bagian dari gaya hidup, namun mampu memenuhi kebutuhan pelanggan terhadap layanan

komunikasi yang cepat. Kini pengguna *Blackberry* tidak hanya mendukung aktifitas dalam pekerjaan saja, tapi juga sudah mulai menjadi gaya hidup.

Banyak masyarakat terutama pelajar yang menggunakan *Blackberry* hanya sekedar mengikuti *tren*. *Blackberry* menunjukkan bahwa gaya hidup dan *tren* kehidupan digital menjadi faktor penting untuk bisa diterima secara massal. Pengguna *handphone* secara langsung maupun tidak langsung turut mengubah gaya hidup penggunanya dalam masyarakat terutama pelajar. Gaya hidup memang boleh berubah, namun perubahan tersebut hendaknya masih dalam kategori wajar dan tidak menyebabkan pergeseran nilai-nilai yang berlaku. Hendaknya perubahan gaya hidup jangan sampai bertentangan dengan moral, agama, dan kesusilaan. Diperlukan juga kontrol dari masyarakat untuk mencegah penyimpangan sosial yang diakibatkan oleh pengguna *handphone*.

Dampak yang lebih kompleks dari merebaknya penggunaan *handphone* adalah lenyapnya kontak pribadi dan hilangnya sentuhan yang menumbuhkan rasa dicintai, rasa aman, dan rasa terlindungi. Tidak dapat dipungkiri bahwa *handphone* dikalangan remaja merupakan sudah menjadi kebutuhan penentuan gaya hidup dan status sosial dikalangan kelompok mereka sendiri. Penentuan gaya, status sosial tidak lain agar dipandang tinggi dikalangan mereka ini sudah menyangkut budaya dari diri mereka. (Budiarjo, 2004; 1)

Kebanyakan dari pengguna *BlackBerry* seperti pelajar menggunakan *BlackBerry* yang dimilikinya hanya untuk mengakses *Facebook* dan *Twitter*.

Padahal, kegunaan dan fungsi dari *BlackBerry*, jauh lebih luas ketimbang hanya untuk mengakses situs jejaring sosial saja. Dengan layanan internet 24 jam, perangkat *Blackberry* akan bergetar atau berdering setiap saat, ketika ada email dan pesan singkat masuk. Dan setiap saat pula, pengguna akan memainkan *Blackberry*-nya, termasuk ketika sudah berada di tempat tidur. Tak jarang pula, pengguna begitu sensitif dengan getar *Blackberry*, sehingga mudah terbangun dari tidur untuk membuka pesan yang masuk. Kebiasaan menyanding *Blackberry* di tempat tidur inilah yang akhirnya membuat tidur tak berkualitas. Dampak selanjutnya, tentu menyerang kesehatan. Bukan rahasia lagi bahwa rendahnya kualitas tidur berdampak negatif pada kesehatan fisik dan mental.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mendapat gambaran secara menyeluruh dan utuh mengenai gaya hidup pengguna handphone *Blackberry* pada pelajar SMAN 1 Bangkalan. Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, di mana peneliti berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu (Irawan, 2006: 5).

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan pendekatan fenomenologi yang merupakan salah satu jenis penelitian dengan pendekatan kualitatif, fenomenologi mencoba menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau

fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami, sehingga tidak ada batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang dikaji. (Arikunto, 2002;115).

Menurut Schutz dalam (Ritzer, 2004: 94) pendekatan fenomenologis adalah berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang biasa dalam situasi-situasi tertentu, dan tidak berasumsi bahwa peneliti mengetahui arti sesuatu bagi orang-orang yang sedang ditelitinya. Peneliti berusaha memahami gambaran gaya hidup pengguna *handphone Blackberry* dan juga dampak yang telah mempengaruhi dalam penggunaan *handphone Blackberry* pada pelajar.

Alasan penggunaan metode penelitian kualitatif deskriptif ini adalah, untuk mencari dan memahami secara mendalam data-data berupa preskripsi normatif (perspektif, persepsi dan pandangan) subyek penelitian yang dimana para pelajar di SMAN 1 Bangkalan yang terlibat dalam pengguna *handphone Blackberry*, dan alasan untuk memilih pelajar SMAN 1 Bangkalan sebagai subjek penelitian karena pelajar SMAN 1 Bangkalan 86,67% menggunakan *handphone Blackberry* sehingga peneliti memilih pelajar SMAN 1 Bangkalan untuk mengadakan suatu penelitian. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dalam pengguna *handphone Blackberry* pada pelajar di SMAN 1 Bangkalan.

1.6.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa cara untuk mendapatkan data yang valid. Data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari responden melalui pengisian kuisioner dan hasil wawancara. Kuisioner dan wawancara berisi sejumlah pertanyaan dan pernyataan yang berkaitan dengan karakteristik responden (internal maupun eksternal), gaya hidup pengguna *handphone Blackberry*.

Sedangkan data sekunder diperoleh melalui dokumentasi Kantor SMAN 1 Bangkalan. Hal ini guna memenuhi kebutuhan untuk informasi mengenai gambaran umum lokasi penelitian. (Irawan, 2006;58–60). Adapun lebih jelasnya sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari informan secara langsung dengan metode pengumpulan data yang telah disebutkan diatas. Data primer dapat berupa pendapat seseorang secara individual atau kelompok, kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Peneliti dengan data primer dapat mengumpulkan data sesuai dengan yang diinginkan, karena data yang tidak relevan dengan tujuan penelitian dapat dikurangi. Ada tiga metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer, yaitu dengan metode observasi dan metode wawancara. Peneliti menggunakan data ini untuk mendapatkan informasi langsung mengenai gaya hidup pengguna *handphone Blackberry* pada pelajar serta dampak yang mempengaruhi dalam penggunaan *handphone Blackberry* tersebut.

Dimana informan tersebut adalah informan bagi pelajar yang diantaranya : pelajar yang memiliki *handphone Blackberry* dan pelajar yang tidak memiliki *handphone Blackberry* tetapi pelajar tersebut mengetahui tentang *handphone Blackberry* yang dipakai oleh pelajar pengguna *handphone Blackberry*. Selain pelajar di SMAN 1 Bangkalan juga terdapat kepala sekolah, guru dan karyawan-karyawan, dimana kepala sekolah, guru dan karyawan-karyawan tersebut hanya sebagai informan pendukung bukan sebagai informan kunci tetapi kepala sekolah, guru dan karyawan-karyawan tersebut mengetahui tentang *handphone Blackberry* dan juga mengetahui bagaimana pelajar tersebut menggunakannya, dengan demikian penelitian ini hanya pelajar yang menjadi informan kuncinya terutama pelajar yang menggunakan *handphone Blackberry*.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari berbagai literatur sebagai rujukan penulisan laporan penelitian. Data-data sekunder yang nantinya akan menjadi pelengkap atau penunjang terhadap penelitian ini akan diperoleh dari berbagai buku, media, dan literatur lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Data sekunder ini merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun

dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

Peneliti menggunakan data sekunder ini untuk memperkuat penemuan dan melengkapi informasi yang telah dikumpulkan. Data ini diperoleh dari berbagai referensi-referensi data mengenai gaya hidup yang di dapat melalui *browsing* internet, buku, literatur skripsi yang berhubungan dengan tema skripsi.

1.6.3 Metode Pemilihan Informan

Pemilihan *informan* penelitian ini dipilih secara proporsional menggunakan teknik sampel purposif, sampel purposif adalah sampel yang secara sengaja dipilih oleh peneliti karena sampel ini dianggap memiliki ciri-ciri tertentu yang dapat memperkaya data penelitian (Irawan, 2006:17). Untuk memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai masalah penelitian yang sedang dibahas dalam penelitian ini, maka diperlukan kategori informan.

Berdasarkan pendapat tersebut maka peneliti menentukan kategori informan yakni informan kunci (*key informan*), *informan* utamadan *informant* tambahan. (Sugiyono, 2010: 171-172).

Informan utama adalah pelajar yang memiliki *handphone Blackberry*. Sedangkan *informan* tambahan dalam penelitian ini yakni ada 2 (dua) yaitu pelajar yang tidak memiliki *handphone Blackberry* tetapi mereka adalah pelajar yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi tentang *handphone Blackberry* dan juga guru. Jumlah siswa-siswi SMAN 1 Bangkalan secara keseluruhan 763, yang terdiri dari beberapa kelas yaitu kelas X terbagi

menjadi 8 kelas, kelas XI terbagi menjadi 4 kelas yaitu XI IA dan XI IS, dan kelas XII terbagi menjadi 6 kelas yaitu kelas XII IA terbagi menjadi 4 dan kelas XII IS terbagi menjadi 2 kelas. Dari banyaknya siswa-siswi di SMAN 1 Bangkalan ini, peneliti mengambil responden dari kelas XII sebanyak 50% dari keseluruhan kelas XII, kelas XI sebanyak 25% dari keseluruhan kelas XI dan kelas X sebanyak 25% dari keseluruhan kelas X, jadi peneliti lebih banyak memilih kelas XII untuk menjadi responden, karena siswa-siswi kelas XII ini banyak yang menggunakan *handphone Blackberry* dan lebih memahami tentang *handphone Blackberry* dari pada kelas XI dan kelas X, karena kelas XI dan kelas X hanya sebagian saja yang bisa memahami *handphone Blackberry* yang dimilikinya. Melalui rekomendasi itu, peneliti segera menghubungi informan berikutnya sampai mendapatkan informasi yang utuh.

1.6.4 Metode Analisis Data

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan tiga metode Miles dan Huberman (1992), yang terdiri dari 3 jalur kegiatan Reduksi Data, Penyajian Data, dan Penarikan Kesimpulan. Tiga jalur kegiatan tersebut dilakukan secara terus menerus (*open ended process*).

Reduksi data adalah kegiatan analisa yang meliputi identifikasi (menyeleksi kelayakan data), klasifikasi (memilih dan mengelompokkan data) dan kodefikasi (kegiatan memberi identitas pada penelitian yang terpilih). Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting. Dengan demikian data yang telah

direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan atas selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. (Sugiyono, 2008;247)

Setelah proses reduksi data dilanjutkan dengan penyajian data (data display) dengan kata lain mengelompokkan data dari hasil reduksi data. Dengan penyajian data (mendisplaykan), maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, erencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. (Sugiyono, 2008;247)

Tahapan yang terakhir dalam menganalisis data yaitu penarikan kesimpulan atau *verification*, dengan kegiatan analisis yang lebih baik spesifik pada proses penafsiran data yang sudah disajikan. Semua tahapan dalam analisis dilakukan secara terus menerus. (Sugiyono, 2008;247). Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Data yang di amati adalah gaya hidup pengguna *handphone Blackberry* pada pelajar SMAN 1 Bangkalan dan dampak yang mempengaruhi dalam penggunaan *handphone Blackberry* pada pelajar SMAN 1 Bangkalan.

1.6.5 Metode Pemeriksaan Keabsahan Data

Pemeriksaan keabsahan data yang akan dilakukan untuk membangun reabilitas data yang diperoleh lapangan ataupun dokumen. Dapat dikemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah instrumen itu sendiri. Pemeriksaan keabsahan data peneliti ambil dalam penelitian ini yang merupakan bagian dari uji kredibilitas yaitu triangulasi. *Triangulasi* dalam metode pemeriksaan keabsahan data ini merupakan teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data yang diperoleh untuk keperluan pengecekan data atau sebagai pembanding. Triangulasi ini terbagi atas 3 (tiga) macam yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

Dalam penelitian ini triangulasi yang digunakan adalah triangulasi sumber, dengan menggunakan triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Dengan menggunakan triangulasi sumber, peneliti dapat memanfaatkan sumber, dengan sumber dapat dicapai dengan jalan (Moleong, 2000;178):

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan dengan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
3. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Dari ketiga sumber yang dapat dicapai dengan jalan yang sudah dijelaskan diatas, peneliti memilih jalan yang pertama. Karena dengan data yang diperoleh dengan cara wawancara, lalu dicek dengan *observasi*, dokumentasi ataupun kuesioner. Bila dengan tiga teknik pengujian data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk lebih memastikan data mana yang dianggap benar. Atau mungkin semuanya benar, karena sudut pandangnya berbeda-beda. (Sugiyono, 2008;274)

Triangulasi menjadi cara terbaik untuk *me-recheck* dan menghilangkan perbedaan-perbedaan kontruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan.

1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini bertempat di SMAN 1 Bangkalan, Desa Junok, Kecamatan Bangkalan, Kabupaten Bangkalan. Sebelah selatan Rumah Sakit Ambami Rato Ebu Bangkalan.

1.7.2 Waktu Penelitian

Rentang waktu penelitian yang dilakukan dari mulai persiapan sampai pengolahan data, yaitu dari Bulan September sampai pada Bulan Januari dan

tempat pelaksanaan penelitian di SMAN 1 Bangkalan, Desa Junok, Kecamatan Bangkalan, Kabupaten Bangkalan.

Tabel 1.1
Laporan Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	September				Oktober				November				Desember				Januari			
1	Persiapan pengumpulan data di lapangan																				
2	Pengumpulan data di lapangan																				
3	Penulisan laporan																				
4	Revisi akhir																				
5	Pengumpulan laporan																				