

Maisaroh. 2017. 130531100048. Motif Komunikasi Penggunaan Stiker Militer Pada Kendaraan Bermotor Roda Dua (Studi Fenomenologi pada Bikers). Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Budaya, Universitas Trunojoyo Madura. Pembimbing : Muhtar Wahyudi, S.Sos, M.A

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif komunikasi penggunaan stiker militer pada kendaraan bermotor roda dua. Sampel dari penelitian ini adalah lima anggota Bangkalan Supra Club. Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi, motif, hierarki kebutuhan maslow dan tujuan komunikasi. Paradigma penelitian yang digunakan interpretif, jenis penelitian kualitatif, metode penelitian fenomenologi dan instrumen penelitian observasi terlibat, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif komunikasi penggunaan stiker militer didasari oleh kebutuhan keamanan (*Safety*), kebutuhan dimiliki dan cinta (*Belonging and Love*), dan kebutuhan harga diri (*Self Esteem*). Serta tujuan komunikasi untuk menemukan identitas, untuk berhubungan dengan orang lain, untuk meyakinkan dan merubah orang lain, untuk bermain atau hiburan.

Kata Kunci : *Studi Fenomenologi, Motif Komunikasi, Stiker Militer*

Maisaroh. 2017. 130531100048. The Communication Motive of Using Military Sticker On Motorcycle (Phenomenological Studies about Bikers). Department of Communication Studies, Faculty of Social and Cultural Sciences, University of Trunojoyo Madura. Adviser: Muhtar Wahyudi, S.Sos, M.A

ABSTRACT

The purpose of this research is to know the communication motive of using military sticker on motorcycle. The sample included five Bangkalan Supra Club members. This research is using a phenomenological theory, motive, Maslow hierarchy of needs, and communication purpose. The research paradigm used an interpretive, qualitative research, phenomenological research methods and participant observation research instrument, interview and documentation. The results showed that the communication motive of using military sticker is based on safety needs, belonging-ness and love needs, and self-esteem needs. And the communication purpose is to find identity, to get in touch with others, to convince and change others, and to entertainment.

Key Words: *Phenomenological Studies, Communication Motive, Military Sticker*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Batasan dan Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Konsep Dasar Fenomenologi	7
2.2 Fenomenologi Sebagai Metode Penelitian	8
2.3 Landasan Konseptual	9
2.3.1 Stiker Militer	9
2.4 Pengertian Motif	10
2.5 Motif Komunikasi	12
2.6 Unsur Pembentuk Motif Komunikasi	13
2.6.1 Teori Hierarki Kebutuhan Maslow	13
2.6.2 Tujuan Komunikasi	15
2.7 Penelitian Terdahulu	27
2.8 Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Paradigma Penelitian	21
3.2 Jenis dan Metode Penelitian	21
3.3 Unit Analisis	22
3.4 Lokasi dan Subjek Penelitian	25
3.5 Informan Penelitian	25
3.6 Sumber Data	26
3.7 Teknik Pengumpulan Data	26
3.8 Teknik Analisis Data	27
3.9 Uji Keabsahan Data	28
BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN	29
4.1 Letak Geografis Kabupaten Bangkalan	29
4.2 Gambaran Umum Bangkalan Supra Club “BSC”	30

4.3 Profil Informan	33
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	35
5.1 Hasil Penelitian	35
5.1.1 Observasi Lapangan	35
5.1.2 Deskripsi Pengalaman Subjek	37
5.1.3 Horizontalization	48
5.1.4 Clusters Of Meaning	65
5.1.5 Deskripsi Esensi	79
5.2 Unsur Teoretis	80
5.2.1 Hierarki Kebutuhan Maslow	81
5.2.2 Tujuan Komunikasi	85
5.3 Motif Berkaitan dengan Status Pengguna	88
BAB VI PENUTUP	90
6.1 Kesimpulan	90
6.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	10
Gambar 2.2	10
Gambar 2.3	20
Gambar 4.1	29
Gambar 4.2	31

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	18
Tabel 3.1	23
Tabel 5.1	35
Tabel 5.2	47
Tabel 5.3	65