

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.

Dunia mengalami suatu proses perkembangan dan perubahan zaman dengan memasuki era globalisasi terbukti dimana antar negara memiliki hubungan keterkaitan dan ketergantungan satu dengan yang lainnya, dan menjadi ajang untuk menunjukkan kekuatan-kekuatan Negara ditunjukkan demi eksistensi Negara tersebut. Kemampuan setiap negara dalam berasimiliasi dan mengikuti era globalisasi menjadi kunci untuk eksistensi Negara tersebut dalam pergaulan global.

Dalam globalisasi terdapat unsur yang dapat diterima dan tidak oleh suatu Negara baik secara terencana maupun tidak direncanakan, unsur tersebut adalah budaya, karena tiap Negara telah memiliki kebudayaannya masing-masing, kondisi tersebut sering terjadi dan menjadi permasalahan di tiap negara karena adanya benturan-benturan kebudayaan yang berdampak pada suatu perbedaan pemahaman dari Negara tersebut.

Modernisasi di suatu wilayah identik dengan berkembangnya teknologi di wilayah tersebut karena dengan teknologi akan mempermudah pekerjaan manusia. Oleh karena itu kemajuan teknologi dapat dijadikan sebagai salah satu tolak ukur modern atau tidaknya suatu wilayah. Tidak ada yang bercirikan khusus yang

menunjukkan terjadinya modernisasi di suatu wilayah, karena modernisasi yang terjadi di suatu wilayah berbeda dengan yang terjadi di wilayah lainya.

Masyarakat yang mampu menerima perubahan akan mudah beradaptasi dengan situasi dan lingkungan yang ada, dan sedangkan yang tidak mampu beradaptasi dengan baik bahkan menutup diri untuk suatu perubahan yang ada akan tersisih dan terpinggirkan dalam suatu perubahan (Sztompka, 2004 : 122).

Hal tersebut terjadi dampak dari masyarakat yang selalu berkompetisi ingin menjadi lebih baik dari berbagai aspek dikarenakan sifat dasar manusia yang selalu merasa kurang dan berharap lebih untuk berkembang dan tumbuh untuk memenuhi kebutuhan hidup, dengan menggunakan kemampuan dasar yang diberkahi Tuhan YME dengan menciptakan manusia dengan otak untuk berpikir.

Olahraga merupakan salah satu aspek yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia. Kebugaran tubuh yang didapat dari berolahraga sangat diperlukan. Tanpa olahraga manusia akan sulit menjaga keseimbangan kesehatan jasmani dan rohaninya, yang akan berpengaruh pada daya tahan tubuh untuk menjalani kehidupan sehari-hari. Daya tahan tubuh yang lemah mudah untuk diserang suatu penyakit. Oleh sebab itu olahraga berpengaruh terhadap peningkatan kebugaran, kapasitas kerja apabila dilakukan dengan teratur. Kebugaran merupakan sesau yang berharga, dengan badan yang sehat terdapat jiwa yang kuat untuk melakukan segala aktifitasnya.

Banyak macam olahraga yang lahir dari semakin berkembangnya pola pikir manusia, salah satunya olahraga ekstrim merupakan olahraga yang cukup

menantang serta berbahaya dan membutuhkan nyali yang cukup berani, untuk olahraga ekstrim ini kebanyakan diminati oleh kalangan anak muda. “*Skateboard*” (mainan papan yang beroda) yang termasuk dalam kategori olahraga ekstrim, karena itulah diminati oleh kalangan anak muda yang berjiwa bebas dan menyukai tantangan dengan hal tersebut merupakan cara yang tepat untuk memompa adrenalin dan membutuhkan nyali yang besar. Karena dengan bermain Skateboard mereka bisa menyalurkan ekspresi dan gaya hidup, serta menjadi kebebasan dan kreatifitas mereka menjadi kepuasan tersendiri (Happen Magazine, edisi 78, Januari 2011).

Dunia skateboard berkembang dengan muncul beberapa subkultur yang lainnya, contohnya adalah “*fashion*” (merupakan gaya dalam berpakaian) dengan “*brand*” (merupakan penamaan suatu simbol/identitas suatu barang dagang) status mereka sebagai skater, namun kini sneaker beralih menjadi ikon gaya hidup pemuda yang menggeluti skateboard di dunia (Happen Magazine, edisi 80, Maret. 2011).

Pada sisi lain orang yang berasal dari subkultur, kelas sosial dan pekerjaan yang berbeda dapat mempunyai gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup seseorang menunjukkan pola kehidupan setiap individu yang bersangkutan yang tercermin misalnya dalam beraktivitas sehari – hari, minat perilaku, dan pendapatanya terhadap sesuatu hal yang sudah melakat pada diri personal seseorang. Konsep gaya hidup apabila digunakan oleh produsen secara cermat, dapat membantu untuk memahami nilai – nilai konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai –

nilai tersebut dapat mempengaruhi perilaku konsumen (Bilson Simamora, 2004 : 10).

Selama 1970 ini Skateboarding mengalami pertumbuhan pesat dan semakin meluasnya meluasnya skateboard di belahan negara lain yang bisa dilihat dari dibangunnya banyak Skatepark yang dibuat dari semen, bertambahnya jumlah pro-skater yang berprestasi dan diangkatnya Skateboard ke dalam majalah- majalah ataupun film (Happen Magazine, edisi 77, Desember. 2010).

Dampak liputan media pada Skateboarding sudah menggeserkannya dari olahraga ekstrim menjadi olahraga yang sangat diminati. Ini ditandai dengan makin banyaknya perusahaan yang memasang iklan menggunakan image Skateboarding, termasuk juga perusahaan yang dulunya sudah mengabaikan Skateboarding, menggunakannya sebagai sarana promosi. Para pemasang iklan sudah melihat bahwa Skateboarding sudah menjadi olahraga terbaik yang dapat membawa mereka untuk mencapai target utama pengiklanan. Skateboarding akhirnya mulai dilakoni sebagai pekerjaan untuk mendapat rasa hormat dan mendapat sejumlah uang yang lebih banyak dari perlombaan. Dari hal tersebut banyak anak muda yang memilih fokus masa depan mereka untuk bermain skateboard dan dijadikan cita – cita mereka (Sidewalk Magazine, edisi 23, Maret. 2006).

Awal perkembangan Skateboard di Indonesia sekitar tahun 1970 dan 1980 sudah ada beberapa orang Indonesia yang menekuni olahraga ini. Peminatnya semakin banyak sejalan dengan waktu meskipun sebenarnya jarang diadakan kejuaraan Skateboard di Indonesia. Para Skater mendapatkan informasi tentang

Skateboard dengan cara menonton Video atau membaca majalah Skateboard dari luar negeri. Berkembangnya skateboard dimulai pada tahun 1985 dengan komunitas skateboard berskala kecil asal Jakarta dan Bandung. Namun kebangkitan Skateboard di Indonesia masuk pada tahun 1993 dan jadi dikenal besar pada tahun 1996. Semakin banyak pemuda yang bermain Skateboard karena sudah ada Skateshop yang menjual peralatan Skateboard secara lengkap (Happen Magazine,2007).

Semakin meluasnya perkembangan skateboard di Indonesia merangsang daerah lain mendirikan komunitas skateboard serupa di Provinsi Jawa timur khususnya Kota Surabaya,. Berkembangnya komunitas skateboard di Kota Surabaya, Malang, Madiun dan kota lainnya. Skateboard itu sendiri masih tergolong olahraga yang identik dengan olahraganya orang luar negeri dan tidak banyak masyarakat mengenal tentang skateboard, skateboard sendiri dimulai pada sekitar tahun 1990 dengan media elektronik yang berbentuk rekaman(video) skateboarding. Dari hal tersebut semakin banyaknya pemuda di Kota Surabaya dan membentuk suatu komunitas Skateboard (Happen Magazine, 2010: 21).

Tidak terkecuali di Madura, yang pada awal perkembangan skateboard di Madura, lebih tepatnya di Kabupaten Pamekasan. Skateboard adalah suatu olahraga baru yang menurut mayoritas masyarakat madura yang mulai digrandungi pemuda mulai pada tahun 1999, hal ini tidak jauh dipengaruhi oleh banyaknya para pemuda yang melanjutkan pendidikan keluar Pulau Madura seperti Kota Surabaya, Malang, Jogjakarta, dan kota lainnya.

Dengan adanya pemuda yang melanjutkan pendidikan di luar pulau Madura dengan tujuan mendapatkan pendidikan serta ilmu yang lebih baik, namun selama berjalanya waktu banyak hal yang mempengaruhi pola pikir pemuda dengan menemukan hal – hal baru yang menurut mereka sangat menarik dan tidak ditemui di daerah asal mereka seperti halnya sebuah olahraga ekstrim dan mengesankan di kota – kota besar.

Seperti Skateboard, suatu olahraga ekstrim yang berasal dari Amerika ini berkembang pada tahun 1999 di Pamekasan, dikarenakan salah satu pemuda asal Pamekasan yang membawa suatu olahraga skateboard yang didapatkan disaat menempuh pendidikan di Surabaya. Para pemuda yang berdomisili Surabaya dan sudah lebih mengenal dunia skateboard lebih awal yang pertama kali mengenalkan tentang skateboard dan menjadi daya pikat tersendiri, dari hal tersebut tertarik dengan skateboard. Berawal dari mengisi waktu luang di luar aktivitas perkuliahan dengan berkumpul dan bermain skateboard dengan para Skateboarder Surabaya, hal tersebut, mulai terpikirkan untuk mengenalkan skateboard di Madura khususnya Kota Pamekasan.

Dengan media seperti majalah dan video skateboard yang pada masa itu masih berbentuk sebuah CD, menjadi satu – satunya media yang mengenalkan skateboard pada pemuda Pamekasan, dari situlah semakin besar minat mereka tentang skateboard, dengan berlatih skateboard di areal Monumen Arek Lancor yang menjadi pusat keramaian di Kota Pamekasan.

Bermain skateboard di pusat keramaian kota Pamekasan pada sore hari semakin mengenalkan skateboard pada masyarakat umum tentang keberadaan pemuda Pamekasan yang mempunyai kegemaran bermain skateboard. Dan semakin seringnya yang hampir tiap hari bermain skateboard membawa pengaruh pada masyarakat khususnya pemuda untuk lebih mengetahui tentang skateboard dengan cara ikut berkumpul yang akan menumbuh kembangkan minat para pemuda. Semakin besarnya pengaruh para pemuda yang mempunyai minat di dunia skateboard pada masyarakat Pamekasan, membuat para pemuda untuk bergabung dan menjadikan dirinya sebagai skateboarder di Kota Pamekasan.

Sekitar tahun 2007 para pemuda Pamekasan yang mempunyai minat di dunia skateboard berinisiatif dengan membentuk suatu komunitas skateboard. Dan lambat laun semakin banyak yang tertarik dengan keberadaan komunitas skateboard, dengan mengikuti dan menjadi anggota komunitas skateboarder di Kota pamekasan sebagai skateboarder. Mayoritas para skateboarder yang baru bergabung masih berstatus pelajar dan mahasiswa, yang sangatlah muda dan penuh semangat.

Banyak skateboarder muda bertalenta yang akan menjadi regenerasi dari komunitas skateboard di Kota pamekasan. Jika dilihat dari segi usia masi tergolong belia, dan masih duduk di bangku Sekolah Dasar, tidaklah gampang seusia mereka, menjadi skateboarder di Kota Pamekasan, di karenakan olahraga ini mempunyai tingkat cedera yang cukup tinggi, dan menurut pandangan orang tua yang masih awam tentang hal tersebut, akan cukup membuat khawatir tentang keselamatan anaknya.

Komunitas Skateboard di Kota Pamekasan memberi pengaruh positif bagi pemuda yang berada di Kabupaten Sumenep, khususnya Kecamatan kota di karenakan, salah satu skateboarder asal Pamekasan, pindah ke Kota Sumenep untuk mengikuti orang tuanya, dan mengenalkan skateboard pada pemuda di Kota Sumenep, dan respon mereka sangat tertarik dan bahkan membentuk komunitas skateboard.

Selama perjalanannya komunitas tersebut menyelenggarakan banyak kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas Skateboard Pamekasan, seperti acara pertama kali lomba skateboard lokal Madura dengan bertajuk “*Wild In The Street*” pada 02 april 2007 yang bekerja sama dengan salah satu sponsor rokok ternama yaitu Gudang Garam dan mendatangkan berberapa bintang tamu skateboarder dari Kota Surabaya seperti Adit, Eddo Paais yang tidak lain adalah teman salah satu pemuda asal Pamekasan disaat kuliah di Kota Surabaya dan diliput oleh Iput sebagai salah satu fotografer di sebuah media cetak majalah khusus yang memberitakan tentang skateboard di Indonesia dari lomba pertama tersebut menjadikan mengenalkan tentang keberedaanya komunitas skateboard di Madura khususnya Kabupaten Pamekasan (Happen Magazine, edisi 79, Februari 2011).

Kegiatan rutin diselenggarakan yang selalu menjadi acara tahunan komunitas skateboard yaitu “GO SKATE DAY” pada tanggal 21 Juni yang merupakan hari skateboard sedunia dan komunitas skateboard di Kota Pamekasan ikut merayakanya dari tahun 2009 sampai saat ini dan semakin berkembang pesat

komunitas skateboard di Kota Pamekasan, dan turut mengundang komunitas skateboard dari kota lainya, seperti Bangkalan dan sumenep.

Hubungan Komunitas Skateboard Pamekasan dengan Komunitas skateboard lainya di Jawa Timur seperti Sumenep, Bangkalan, Surabaya, Malang, dan bahkan sampai Indonesia seperti Jakarta, Bandung, Semarang, Jogjakarta, dan Bali. Sering mengikuti lomba skateboard di Kota – kota besar seperti acara yang diadakan Dispora Kota Surabaya, Komunitas Skateboard menghadiri dan turut mengikuti acara tersebut.

Komunitas Skateboard mengadakan tur ke Kota lain untuk mempererat hubungan persahabatan antar komunitas skateboard yang bernama “ *tour n trip*” acara tersebut mendatangi Kota Sumenep dan bermain skateboard mencari *cekspot* (sebutan bagi skateboarder untuk mencari tempat baru untuk bermain skateboard di sepanjang jalan bahkan sudut kota) dan acara tersebut dilanjutkan dengan sharing keakraban dengan para skateboarder Sumenep.

Acara lainya seperti mengikuti forum komunitas skateboard Indonesia dalam forum yang dibentuk dalam sosial media seperti *facebook, twitter, instagram*. Komunitas Skateboard Pamekasan ikut andil dalam memberi masukan ide – ide dalam perkembangan dan kemajuan Skateboard Indonesia, dan juga lebih bisa mengetahui info – info terbaru di dunia skateboard.

Dan juga sering bekerja sama dengan dengan distro dan skateshop dalam bisnis clothing online, seperti mensponsori kegiatan skateboard, seperti memberi

bonus dan memberi merchandise untuk kegiatan lomba seperti kaos, topi dan bahkan papan skateboard sebagai hadiah lomba.

Gaya yang demikian banyak terjadi dalam kehidupan masyarakat kota, tetapi untuk. Perubahan dalam pola konsumsi yang terjadi di setiap lapisan masyarakat menunjukkan bahwa dalam masyarakat terjadi perbedaan pola konsumsi antara masyarakat lapisan yang satu dengan lapisan yang lainnya.

Hal tersebut terjadi di Komunitas Skateboard di Kecamatan Kota Kabupaten Pamekasan lebih memilih berbelanja ke Surabaya dari pada *minimarket* atau *supermarket* yang ada di kota Pamekasan. Mereka menganggap Surabaya adalah kota besar yang memiliki sarana dan prasarana yang lengkap, banyak pilihan model yang dapat disesuaikan dengan selera yang diinginkan, serta ada perasaan bangga dan prestise yang didapat dengan berbelanja di Surabaya. Dengan berbelanja ke Surabaya status dan gengsi mereka menjadi semakin meningkat. Selain dari cara berbelanja. Kepemilikan kendaraan mulai dari motor yang keluaran baru sampai mobil mewah keluaran terbaru saat ini

Banyak skateboarder Pamekasan memiliki pandangan tentang gaya hidup modern dan merasa bangga dengan sesuatu barang yang mereka konsumsi. Cara berpakaian dan bagaimana melakukan aktivitas keseharian menunjukkan pada masyarakat betapa besarnya prestise yang ada dalam diri skateboarder tentang sesuatu nilai dan tanda yang mereka konsumsi.

Semakin meningkatnya perekonomian, pada satu sisi telah meningkatkan kemakmuran masyarakat, hal ini ditandai oleh meningkatnya daya beli dan

tersedianya barang dan jasa secara melimpah. Kondisi demikian pada segi lain telah mendorong sebagian masyarakat yang telah meningkat status sosial ekonominya untuk menikmati dengan kecenderungan bersifat konsumtif (Radar Madura, 12 Agustus 2013).

Sifat demikian tidak hanya terbatas pada piranti-piranti ekonomi saja sebagai simbol-simbol kemajuan, tetapi juga pada gaya berbahasa yang digunakan dalam melakukan interaksi dengan masyarakat sekitar dan teman seprofesi. Seperti yang di ungkap oleh Dede Oetomo pada awal tulisannya di Majalah Prisma, yakni pergeseran gaya bahasa pada lapisan menengah, dari bahasa daerah ke bahasa Indonesia (Oetomo, 1989: 17).

Semakin terdeferensiasinya kehidupan masyarakat di atas, maka akan menciptakan masyarakat yang terdeferensiasi pula. Berdasarkan pandangan struktural fungsional, misalnya setiap masyarakat tidak dapat menghindari dari adanya sistem pelapisan. Konsekuensi dari semuanya adalah timbulnya gaya hidup yang khas, gaya hidup yang harus sesuai dengan lapisan sosial yang tercipta dari status dan peran yang dimilikinya. Setiap lapisan pasti akan hidup dalam suatu gaya hidup tersendiri yang berbeda dari yang lainnya.

Komunitas skateboard Pamekasan memiliki tujuan awalnya merupakan suatu komunitas olahraga, kini dengan perkembangan dan kemajuan jaman dengan banyaknya branded clothing skateboard dan gaya berpakaian yang dijadikan mode berpakaian sebagai trend anak muda pada zaman sekarang terutama melalui media majalah skateboard yang mengupas banyak info tentang

hal tersebut mempengaruhi pola pikir para skateboarder Pamekasan yang lebih mengedepankan masalah penampilan seperti gaya berpakaian dengan merek ternama dan merupakan branded dari luar negeri yang bagi mereka adalah suatu kepuasan dan kebanggaan dengan menggunakan merek – merek dari luar negeri misal DC, Volcom, Converse, Billabong, dan Supra footwear, dan untuk membeli dan mendapatkan clothing dengan merek – merek tersebut hanya terdapat di pusat – pusat perbelanjaan ternama, elit dan mempunyai tingkatan yang *high* (Happen Magazine, edisi 22,2010).

Adanya suatu komunitas skateboard di Kabupaten Pamekasan itu berdampak pada gaya berpakaian sampai gaya hidup para pemuda, yang menjadikan cara berpakaian sebagai skateboarder. Para pemuda di Kabupaten Pamekasan sudah banyak mengenal dan mengkonsumsi merk pakaian ternama dengan kualitas impor. Dampak dari hal tersebut semakin banyaknya di Kabupaten Pamekasan yang melihat peluang tersebut dengan membuka distro dan outlet pakaian khusus pakaian anak muda yang menjual pakaian dengan merk – merk ternama dengan kualitas impor, seperti Macbeth, Dickies, DC dan Volcom.

Perkembangan dan kemajuan jaman berdampak sangat besar pada pemuda di Pamekasan yang awalnya gaya hidup yang biasa, tapi semenjak menjadi bagian dalam komunitas skateboard, terjadi perubahan yang signifikan seperti pada gaya hidup komunitas skateboard dalam hal cara berpenampilan, cara memilih tempat berkumpul para skateboarder untuk berkumpul

Awalnya sering berkumpul seperti di taman alun – alun kota dan warung kopi pinggir jalan raya, mengalami perubahan ke tempat yang lebih tinggi tingkat prestisenya. Seperti cafe – cafe yang mewah, *high*, elit, dan glamour yang mayoritas orang kaya yang mengunjungi dan melakukan aktivitas berkumpul. Dan menjadikan kegiatan yang mereka lakukan tiap minggunya bahkan hampir tiap hari.

Banyak pemuda Pamekasan yang menggeluti skateboard dengan merubah gaya hidup mereka semakin menunjukkan kepribadian yang sangat menonjolkan pada masyarakat dengan yang mereka konsumsi dan menjadikan sebagai kebutuhan yang sangat berpengaruh pada kehidupan sosial. Kondisi sosial yang terjadi pada anggota komunitas skateboard Pamekasan setiap individu berlomba – lomba mengkonsumsi suatu barang bukan karena pemenuhan suatu kebutuhan yang rasional namun yang terjadi menjadi prestise tersendiri pada masyarakat.

Cara berbelanja pakaian yang tidak lagi berminat pada pertokoan kecil dan pasar tradisional yang mereka anggap, dengan berbelanja di tempat tersebut dan memakai pakaian dengan merk tidak terkenal dan produk lokal dianggap sesuatu yang tidak keren, murahan dan bahkan tidak modis bagi kalangan komunitas skateboard di Pamekasan.

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan di latar belakang masalah diatas ditarik permasalahan , yakni:

Bagaimana gaya hidup komunitas skateboard di Kecamatan Kota Kabupaten Pamekasan?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui gaya hidup komunitas skateboards di Kecamatan Kota Kabupaten Pamekasan.

1.4 Manfaat Penelitian:

- Meningkatkan pengetahuan serta wawasan penulis mengenai permasalahan yang diteliti dihubungkan dengan pemikiran sosiologi dan kajian pustaka.
- Meningkatkan peran serta perguruan tinggi dalam penelitian yang berguna pada peningkatan penyelesaian masalah didalam masyarakat sesuai dengan Tri Dharma Perguruan Tinggi.
- Meningkatkan kemampuan penulis melalui penelitian ini dan penelitian ini dapat menjadi bahan rujukan / referensi bagi peneliti selanjutnya, serta sebagai bahan pertimbangan pihak terkait di dalam mengambil suatu kebijakan.

1.5 Tinjauan Pustaka

Penelitian ini akan menemukan dan mendeskripsikan mengenai gaya hidup mewah yang dilakukan oleh Skateboarder di Kecamatan Kota Kabupaten Pamekasan. Konsep gaya hidup yang dipakai dalam penelitian ini adalah gaya hidup yang berhubungan dengan pola belanja, pola makan, interaksi dengan masyarakat.

Penelitian ini hampir sama dengan penelitian yang dilakukan Lambang Prayogo (1991) tentang gaya hidup lapisan menengah kota Surabaya, yang

mengatakan bahwa gaya hidup yang mengarah pada pola hidup konsumtif telah terjadi dalam wujud kecenderungan mengkonsumsi barang kebutuhan secara ekspresif dan beraspek *ersatz*. Pola gaya hidup yang dikembangkan masyarakat menengah, merupakan bentuk resistensi terhadap kemapanan konstruksi sosial masyarakat. Hal ini sejalan dengan pemikiran Mike Fithersone, bahwa aspek pola konsumsi masyarakat kota tidak hanya diarahkan demi memenuhi kebutuhan riil atau transaksi ekonomi murni, tetapi juga demi status dan gengsi.

Dari kajian tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup akan selalu berubah sesuai dengan kondisi perekonomian. Gaya hidup mengarah pada pola hidup konsumtif untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari sesuai dengan jabatan yang ada dalam masyarakat.

1.6 Landasan Konseptual

Gaya hidup dapat dipahami sebagai sebuah karakteristik seseorang secara kasat mata, yang menandai sistem nilai, serta sikap terhadap diri 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 (Piliang, 2004:73).

Gaya hidup yang dimaksud adalah kumpulan ciri tingkah laku yang berarti kepada kedua-dua orang-orang lain dan diri sendiri suatu masa dan tempat, termasuk hubungan sosial, penggunaan, hiburan, tingkah laku dalam masyarakat (Svalastoga, 1989: 52).

Gaya hidup adalah salah satu kata yang akhir-akhir ini sering disalahgunakan. Para ilmuwan sosial, jurnalis, dan awam menggunakannya untuk menunjukkan pada hampir semua minat, bisa fashion, Zen, Budhisme, atau masakan Prancis. Jika tahun 1970-an adalah petunjuk akan hal tersebut, kata gaya hidup akan serta merta memasukkan segalanya pada saat yang sama tak bermakna apapun (Sobel, 1981:1).

Gaya hidup pada dasarnya merupakan kategori-kategori anggota. Ini tidak berarti ia berada pada suatu level spesifikasi teoritis yang tinggi, tapi bahwa orang menggunakan gaya hidup dalam kehidupan sehari-hari untuk mengenali dan menjelaskan adanya kompleks identitas dan afiliasi yang lebih luas. Hal tersebut merupakan bagian dari kosakata praktis kehidupan sehari-hari: “gaya hidup adalah kreasi atau adopsi artifisial. Pembawa pesan sendiri menyadari kenyataan bahwa gaya itu dapat dipakai ataupun dibuang sesuka hatinya dan, karena itu, ia dapat diperankan dengan beberapa tingkatan ironi diri dan sindiran diri” (Bensman dan Vidich, 1995: 239).

Komunitas Skateboard merupakan salah satu fenomena gaya hidup “*Street culture*” (suatu kegiatan yang lahir dari kehidupan jalanan) sedang berkembang pesat pada masa ini. street culture merupakan pergerakan-pergerakan yang lahir dan berkembang di jalanan, identik dengan gerakan radikal dari sebuah ketidakpuasan dan mereka yang menginginkan kebebasan tanpa ada yang mengikat, terutama dipelopori oleh anak muda / remaja. Dan banyak anggapan masyarakat terhadap kehidupan skateboard sebagai olahraga pemberontak, mungkin karena

bahayanya yang sangat tinggi dan juga para “*skateboarder*” (merupakan nama panggilan bagi orang yang memainkan skateboard) yang kadang-kadang melupakan segala hal demi Skateboarding, bahkan melakukan hal-hal ilegal seperti merusak sarana umum itu kriminal,perusak fasilitas umum dan pengganggu ketertiban masyarakat (Happen Magazine, edisi 63, Oktober. 2009).

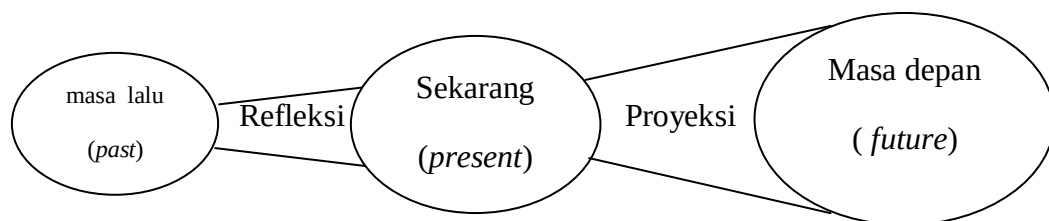
1.7 Kerangka Teori

1.7.1 Perubahan Sosial

Perubahan sosial yang menjadi inti studi dalam sosiologi, pada sekitar abad 18 seorang pemikir islam dalam bidang ilmu sosial bernama Ibnu Khaldun pertama kali memperkenalkan konsep perubahan sosial. Perubahan sosial adalah masyarakat secara historis bergerak dari masyarakat nomaden menuju masyarakat kota. Pada abad ke-19 sampai ke-20 seorang ilmuwan Aguste Comte yang merupakan bapak sosiologi menjelaskan perubahan sosial merupakan kajian dinamika sosial.

Konsep dasar dalam mengenai perubahan sosial menyangkut tiga hal yaitu, *Pertama*, studi mengenai perbedaan; *Kedua*, studi harus dilakukan dengan waktu yang berbeda; *ketiga*, objek menjadi fokus studi komperasi tersebut haruslah yang sama (Sztompka, 1994). Untuk melakukan studi perubahan sosial harus melihat adanya perbedaan atau perubahan objek yang menjadi fokus studi, studi perubahan harus dilihat dalam konteks yang berbeda atau melibatkan studi komperatif dalam dimensi waktu yang berbeda, dan objek yang menjadi fokus harus objek yang sama. Studi perubahan sosial, dengan demikian akan melibatkan

dimensi ruang dan waktu. Dimensi ruang menunjuk pada wilayah terjadinya perubahan sosial serta kondisi yang melingkupinya. Dimensi ini mencakup konteks historis yang terjadi pada wilayah tersebut. Dimensi waktu dalam studi perubahan meliputi konteks masa lalu (*past*), sekarang(*present*), dan masa depan (*future*). Ketiga dimensi waktu ini merupakan kunci untuk mengamati jalanya perubahan sebuah masyarakat (Martono, 2011;4).



Gambar 1. Dimensi waktu studi perubahan sosial

Penjelasan dan definisi perubahan sosial yang dikemukakan oleh beberapa tokoh. Gillin dan Gillin adalah sebagai suatu variasi cara – cara hidup yang diterima, baik karena perubahan yang telah diterima, baik karena perubahan – perubahan kondisi geografis, kebudayaan materiil, komposisi penduduk, ideologi, dan penemuan – penemuan baru . (Martono, 2011 ;4).

Menurut Hilmes dan Moore (dalam Soelaiman, 1998), perubahan sosial dalam studi kasus tersebut masuk kategori dimensi kultural mengacu pada perubahan kebudayaan dalam masyarakat. Perubahan tersebut meliputi inovasi kebudayaan merupakan komponen internal yang memunculkan perubahan sosial dalam suatu masyarakat, difusi. Difusi merupakan komponen eksternal yang mampu memnggerakan terjadinya perubahan sosial . Sebuah kebudayaan

mendapatkan pengaruh dari budaya lain, yang menerima unsur – unsur budaya tersebut(Martono, 2011:6).

Faktor - faktor mempercepatnya suatu perubahan sosial adalah: *Pertama*, bertemunya budaya menyebabkan manusia saling berinteraksi dan mampu menghimpun berbagai penemuan yang telah dihasilkan , baik budaya asli maupun budaya asing, dan bahkan hasil perpaduannya. *Kedua*, sikap menghargai karya seseorang, berkeinginan maju, dan termotivasi untuk mengembangkan diri. *Ketiga*, sistem stratifikasi yang terbuka (*open stratification*) yang memungkinkan adanya gerak sosial vertikal atau horizontal yang meluas kepada anggota masyarakat, hal ini membuka kesempatan individu untuk mengembangkan kemampuan dirinya. *Keempat*, adanya orientasi masa depan akan masyarakat selalu berpikir maju dan mendorong terciptanya penemuan – penemuan baru yang disesuaikan dengan perkembangan dan tuntutan zaman (Martono, 2011; 22).

Salim (2002) faktor yang dapat mendukung perubahan sosial dalam konsepnya “ *five contemporary*” (lima faktor penggerak kontemporer). Salah satunya ialah proses komunikasi dan perkembangan industri pers yang erat hubungannya dengan perkembangan media massa dalam masyarakat, Media inilah yang berfungsi untuk mengkomunikasikan berbagai pesan perubahan sosial kepada masyarakat umum. Masyarakat akan banyak mengetahui berbagai informasi, penemuan – penemuan baru, kejadian di tempat lain, adopsi ideologi, gaya hidup, dan lain sebagainya (Martono, 2011;22).

Masyarakat modern mengalami pergeseran dalam distribusi gengsi sosial. Gengsi sosial atau prestise dapat diwujudkan dalam berbagai cara pada masyarakat modern. Gengsi tidak hanya diwujudkan dalam berbagai simbol fisik, misalnya cara berpakaian, atau melalui berbagai atribut yang dikenakan pada seseorang, namun penunjukan status individu dapat dilihat dari simbol – simbol nonfisik, misalnya tempat makan, tempat belanja, tempat rekreasi, merek baju yang dikenakan, bahasa yang dipakai untuk berkomunikasi, serta penguasaan teknologi, dapat menunjukan status seseorang (Martono, 2011;89).

Budaya barat akan menjadi budaya dominan di seluruh dunia. Seluruh dunia akan menjadi jiplakan gaya hidup, pola konsumsi, nilai dan norma serta gagasan dan keyakinan masyarakat Barat (Martono, 2011;108).

1.7.1.1 Postmodern (Nilai tanda dan Nilai Simbol Baudrillard)

Jameson tentang budaya postmodern terpengaruh kuat oleh karya Baudrillard memandang budaya postmodern sebagai budaya masyarakat konsumen. Dalam masyarakat ini budaya diberi arti baru melalui penjenjuran sinyal dan pesan sampai sedemikian rupa sehingga segala sesuatu dalam kehidupan sosial dapat dikatakan telah bersifat kultural (Featherstone, 2001: 34).

Konsep kunci untuk menunjukan gejala konsumerisme yang sangat luar biasa dan telah menjadi bagian dari gaya hidup manusia modern. Kebahagiaan individu dapat diukur melalui objek tanda – tanda, kenyamanan yang diposisikan sebagai kenikmatan total dan bersifat bathiniah tergantung pada tanda – tanda yang menunjukannya pada pandangan orang lain(Baudrillard Dalam Martono, 2011:130).

Kemampuan konsumsi setiap masyarakat berbeda. Setiap masyarakat mengalami diferensiasi, diskriminasi sosial, dan di setiap organisasi struktural akan mendasarkan pada penggunaan dan distribusi harta kekayaannya. Konsumsi merupakan lembaga kelas yang menyediakan masyarakat untuk objek – objek (Baudrillard dalam Martono, 2011:132).

Menurut Baudrillard, gaya hidup masyarakat modern dalam pola konsumsi ditandai dengan bergesernya orientasi yang semula ditujukan bagi kebutuhan 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).

Gejala diferensiasi kebutuhan pada sekelompok individu (masyarakat konsumsi) dengan merevisi pendapat Galbraith bahwa ” *kebutuhan adalah hasil produksi*” (needs are the fruits of production), namun bagi Baudrillard “Sistem kebutuhan adalah produk produk dari system produksi” atau “kebutuhan dihasilkan sebagai suatu kekuatan system konsumsi”. Pernyataan tersebut bagi Baudrillard adalah dua hal yang cukup berbeda. Konsumsi adalah suatu ideology dan system komunikasi dapat dilihat sebagai *exclusive of pleasure*. Kesenangan bukanlah tujuan utama konsumsi melainkan suatu rasionalisasi dari konsumsi. Tujuan pokok dari konsumsi adalah memperkuat pertumbuhan sistem objek – objek (Baudrillard dalam Martono, 2011: 133).

Dalam kegiatan konsumsi, hubungan antara objek konsumsi, hubungan manusia dengan dirinya sendiri dipalsukan, dikelabui, dan dimanipulasi. Manusia hanya melihat kebutuhan bukanlah apa yang di ambil satu per satu, yang hanya satu sistem kebutuhan atau lebih tepat bahwa kebutuhan – kebutuhan sama sekali bukanlah bentuk, yang lebih maju dari sistematisasi rasional dari kekuatan produktif pada tingkat individu, ketika konsumsi menggantikan logika dan keperluan.(baudrillard dalam Martono, 2011:134).

Rasionalitas konsumsi dalam system masyarakat konsumen telah jauh berubah, karena saat ini masyarakat membeli barang bukan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan namun lebih ke hasrat. Kebutuhan mungkin dapat dipenuhi dengan mengkonsumsi objek, sebaliknya, hasrat justru tidak akan terpenuhi. Konsumsi melibatkan hasrat itu proses konsumsi bukan sekedar proses ekonomi, melainkan melibatkan proses psikologis, aspek bawah sadar manusia (Baudrillard dalam Martono, 2011:134).

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).

Periklanan secara khusus mampu mengeksploitasi kondisi dan memberikan imej – imej percintaan, eksotika, nafsu, kecantikan, pemenuhan kebutuhan, komunalitas, kemajuan ilmiah serta kehidupan yang baik untuk menyebarkan benda – benda konsumen. Menurut Baudrillard konsumsi membutuhkan manipulasi sinyal – sinyal secara aktif. Melalui manipulasi sinyal dalam media dan periklanan (Featherstone, 2001:33-34).

Baudrillard berpandangan bahwa konsumsi masyarakat dewasa ini lebih ditekankan pada nilai tanda (*sign-value*) atau kualitas simbolik (*qualities symbolic*) daripada nilai guna suatu barang atau jasa, maksudnya orang tidak lagi mengkonsumsi objek berdasarkan nilai guna, melainkan karena nilai tanda/symbolis 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 konsumneris 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 dilakkan 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 (Baudrillard dalam Hidayat, 2011:59-65).

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).

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 bandingkan 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).

Sebuah proses pemenuhan kebutuhan pokok manusia yang dialihfungsikan sebagai sarana mengekspresikan posisi seseorang dan identitas cultural dalam masyarakat dengan makna – makna sosial yang tersembunyi di balik simbol yang beralih makna menjadi suatu proses mentransformasikan nilai – nilai yang tersimpan dalam suatu objek(Piliang dalam Martono, 2011:136).

Kepuasan yang berasal dari benda – benda berhubungan dengan akses benda – benda itu terserstruktur secara sosial dalam suatu peristiwa yang telah ditentukan yang di dalamnya kepuasan dan status tergantung pada pertunjukan dan pemeliharaan perbedaan dalam kondisi inflasi. Titik perhatiannya adalah pada cara – cara yang berbeda dimana orang menggunakan benda – benda dalam rangka menciptakan ikatan – ikatan atau pembedaan masyarakat. Keinginan dan kesenangan, kepuasan emosional dan estetis yang muncul dari pengalaman konsumen, bukan sekedar dalam kaitanya dengan beberapa logika manipulasi psikologis. Kesenangan emosional untuk konsumsi, mimpi – mimpi dan keinginan yang ditampilkan dalam bentuk budaya tamsil budaya konsumen dan tempat – tempat konsumsi tertentu yang secara beragam memunculkan kenikmatan jasmaniah langsung serta kesenangan estetis (Featherstone,2001:30 - 31).

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mendapat gambaran secara menyeluruh dan utuh mengenai fenomena gaya hidup komunitas skateboarder di Kecamatan Kota, Kabupaten Pamekasan. 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).

Bogdan dan Taylor (Moleong, 2005: 3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan pendekatan fenomenologis. 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 komunitas skateboard faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup komunitas skateboard serta memahami bagaimana individu aktor skateboarder memahami makna terhadap tindakan atau perilaku yang dilakukannya dalam melakukan interaksi dengan masyarakat.

1.8.2 Jenis Data

1.8.2.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer secara khusus dikumpulkan oleh peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian.

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 serta catatan lapangan.

Peneliti menggunakan data ini untuk mendapatkan informasi langsung mengenai gaya hidup komunitas skateboarder di Kecamatan Kota, Kabupaten Pamekasan serta faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup komunitas skateboarder tersebut.

Metode ini dilakukan dengan cara mewawancarai pihak yang dianggap mengetahui informasi tentang gaya hidup komunitas skateboard.

1.8.2.2 Data Sekunder

Data sekunder 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.

1.8.3 Metode Pengumpulan Data

1.8.3.1 Observasi Partisipatif.

Observasi partisipatif adalah tehnik pengumpulan data melalui pengamatan terhadap objek pengamatan dengan langsung hidup bersama dan berada dalam aktivitas kehidupan objek pengamatan. Dengan demikian, pegngamat betul – betul menyelami kehidupan objek pengamatan, bahkan tidak jarang pengamat kemudian mengambil bagian dalam kehidupan budaya mereka(Bungin dalam Prastowo, 2010: 40- 41).

Observasi partisipan ini termasuk observasi lengkap (*complete participation*). Dalam melakukan pengumpulan data, peneliti sudah terlibat sepenuhnya terhadap apa yang dilakukan oleh sumber data. Jadi suasana sudah natural, peneliti tidak terlihat melakukan penelitian. Hal ini merupakan keterlibatan yang tertinggi terhadap aktivitas kehidupan yang diteliti(Sugiyono,2011:227).

1.8.3.2 Wawancara Mendalam (*In – depth Interview*)

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini melakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan informan. Dalam metode wawancara, peneliti menggunakan jenis metode dengan wawancara tidak terstruktur, jadi peneliti mendapatkan data pada informan dengan pertanyaan garis besarnya dan wawancara tersebut berjalan bebas . Proses wawancara dilakukan

pada waktu yang telah disepakati antara informan dengan peneliti. Wawancara biasa dilakukan pada hari Sabtu dan Minggu, alasannya karena pada hari tersebut mereka tidak mempunyai kesibukan atau dapat dikatakan hari santai.

1.8.3.3 Catatan Lapangan

Bogdan dan Biklen (Moloeng, 2005: 153) mengemukakan bahwa catatan lapangan merupakan catatan tertulis mengenai apa yang didengar, dilihat, dialami, dan dipikirkan dalam rangka mengumpulkan data dan refleksi terhadap data dalam penelitian kualitatif.

Informan penelitian tidak dibatasi hanya memberikan respon terhadap pertanyaan yang diajukan peneliti, namun informan penelitian telah diberikan kebebasan untuk mengekspresikan jawabannya. Semua informasi yang didapat di lapangan dicatat kedalam catatan lapangan secara cermat pada hari yang sama dengan kegiatan wawancara, dengan tujuan untuk menghindarkan kemungkinan terlupakan atau tumpang tindih informasi antara subyek penelitian yang satu dengan yang lain.

1.8.4 Metode Penentuan Informan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Pemilihan informan tersebut merupakan pemilihan siapa yang ada dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang dibutuhkan. Karena itu, menentukan subjek atau informan yang terpilih harus sesuai dengan ciri-ciri khusus yang telah ditentukan oleh peneliti. Mereka dipilih karena dipercaya mewakili satu populasi yang tertentu untuk memberikan informasi data yang diperlukan. Pilihan atas sample purposive karena peneliti menguji pertimbangan-pertimbangan untuk

memasukkan unsur atau subjek yang dianggap khusus dari suatu populasi tempat dia mencari informasi. Peneliti memilih informan berdasarkan penilaian atas karakteristik anggota sampel yang dengannya diperoleh data yang sesuai dengan maksud penelitian. Dengan mengambil secara hati-hati unsur tertentu dari populasi, peneliti akan memperoleh informasi tentang populasi (Silalahi, 2009:273).

A. Pengalaman

Pemilihan informan tersebut karena di dalam komunitas skateboard Pamekasan Roby Noermanik Wahyu Sudirman, Gilang Nugraha, dan Afif Aditya Wahyudi yang merupakan pengurus komunitas skateboard yang lebih mengetahui dari awal lahir dan berkembangnya komunitas skateboard di Kecamatan Kota, Kabupaten Pamekasan dan lebih mengetahui tentang para anggota di komunitas tersebut.

B. Cara Berpenampilan

Cara berpenampilan yang paling berbeda dari para skateboarder lainnya dalam Komunitas Skateboard Pamekasan, dari cara mereka berpenampilan disaat bermain skateboard dan di luar komunitas skateboard. Pakaian dengan merek terkenal, dan mempunyai prestise yang tinggi, dari mulai sepatu, celana, kaos dan peralatan skateboard yang mereka pakai menunjukkan pentingnya suatu penampilan dalam bermain skateboard.

C. Pola Belanja

Pola berbelanja para informan yang tinggi dengan intensitas tinggi dalam berbelanja hampir sebulan 2-3 kali dengan berbelanja ke pusat pertokoan elit di Surabaya, seperti Tunjungan Plaza, Galaxy Mall dan membeli di SOGO, Ramayana dan Matahari. Setiap berbelanja dengan kapasitas yang cukup tinggi. Besarnya nilai nominal dalam berbelanja.

1.8.5 Metode Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil observasi partisipatif, wawancara, dan catatan lapangan, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Metode analisis data yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah teknik analisa kualitatif, artinya data-data yang diperoleh, dikumpulkan kemudian diklasifikasikan dan dianalisa secara kualitatif dengan berpedoman pada kerangka pemikiran yang telah disajikan guna memberikan gambaran yang jelas tentang fenomena gaya hidup komunitas skateboarder di Kecamatan Kota, Kabupaten Pamekasan.

Data yang berhasil dikumpulkan akan diolah melalui beberapa tahap. Tahap pertama adalah proses pengklasifikasian untuk mencari persamaan dan perbedaan kategori atau variasi yang ada, guna memperoleh data yang lebih signifikan. Dalam langkah pertama ini akan ditentukan tema-tema dari ide

mengenai gambaran fenomena gaya hidup komunitas skateboarder di Kecamatan Kota, Kabupaten Pamekasan

Tahap kedua adalah proses menghubungkan hasil-hasil klasifikasi tersebut dengan referensi-referensi atau teori yang berlaku atau berhubungan.

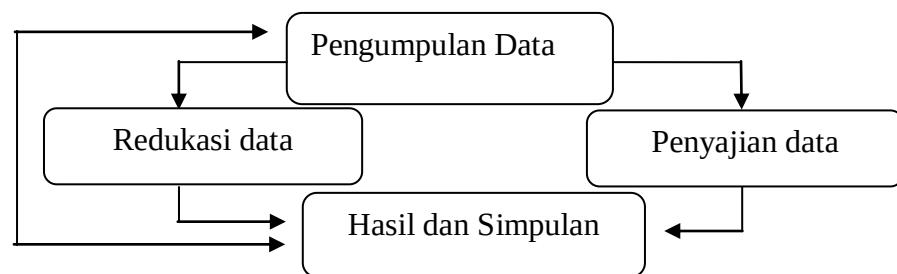
Proses mengatur urutan data, mengorganisir dalam suatu pola, kategori dan suatu uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti disampaikan oleh data tentang “Gaya hidup komunitas Skateboard di Kecamatan Kota, Kabupaten Pamekasan”. Analisis data penelitian kualitatif pada dasarnya sudah dilakukan sejak awal kegiatan penelitian sampai akhir penelitian. Terdapat tiga jalur analisis data dalam penelitian kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, namun dalam penelitian ini hanya menggunakan jalur penyajian data penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajian data kualitatif:

Terdapat langkah-langkah yang digunakan dalam analisis data, yaitu:

1. Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, proses ini berlangsung secara terus menerus selama pelaksanaan penelitian, yang dimulai sebelum pengumpulan data dilakukan. Data reduksi ini dimulai dari sejak peneliti mengambil penelitian mengenai gaya hidup komunitas skateboard, pertanyaan yang akan diajukan, dan tentang metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi berupa foto di lapangan.

2. Penyajian data dengan membaca keseluruhan informasi, membuat suatu uraian terperinci mengenai kasus dan konteksnya, dan penyajian data berupa deskriptif naratif agar dapat diambil suatu kesimpulan.
3. Selanjutnya penarikan kesimpulan penelitian dari keseluruhan data yang diperoleh dari hasil melakukan penelitian terhadap para skateboarder (Moleong, 2005).

Gambar 2: Alur analisis Data



1.8.6 Metode Pemeriksaan Keabsahan Data

Untuk menghindari kesalahan atau kekeliruan data yang telah terkumpul, perlu dilakukan pengecekan keabsahan data. Agar diperoleh temuan dan interpretasi yang absah, maka perlu diteliti kredibilitasnya dengan menggunakan teknik-teknik perpanjangan kehadiran peneliti di lapangan, ketekunan observasi, triangulasi, dan pemeriksaan sejawat.

1.8.6.1 Ketekunan Observasi

Metode ini dilakukan secara konsisten untuk mencari data dengan berbagai cara dalam kaitannya dengan proses analisis. Mencari suatu usaha membatasi berbagai pengaruh, mencari apa yang dapat dan tidak dapat diperhitungkan.

Ketekunan observasi bermaksud untuk dapat menemukan ciri-ciri dan unsur dalam situasi yang sangat relevan dengan persoalan yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal tersebut secara detail. Pengamatan dengan teliti dan rinci secara berkesinambungan terhadap gambaran yang menonjol, mutlak dilakukan, dan kemudian menelaah gambaran tersebut sampai pada suatu titik sehingga pada tahap pemeriksaan data akan tampak salah satu atau seluruh faktor yang ditelaah sudah dipahami dengan cara yang biasa. Objek yang dievaluasi bisa bersifat nyata (*tangible*) seperti benda-benda, gerakan, perilaku (Irawan, 2006: 71).

1.8.6.2. Pemeriksaan Sejawat

Teknik pemeriksaan sejawat dilakukan melalui diskusi untuk membangun kejujuran dan keterbukaan mengenai apapun yang diperoleh, mulai dari teori substantif, metodologi, etika, dan aturan-aturan yang relevan. Dalam diskusi analitik, diharapkan terdapat kritik demi kesempurnaan hasil penelitian.

Pada dasarnya tidak ada formula yang pasti tentang tata cara penyelenggaraan diskusi semacam ini. Namun ditekankan agar peserta yang turut serta dalam diskusi ini memiliki pengetahuan dan pengalaman terutama tentang isi dan metodologi.

1.8.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di Kecamatan Kota, Kabupaten Pamekasan. Alasan kenapa peneliti mengambil lokasi penelitian di atas karena terdapat pertimbangan atau kriteria tertentu dari lokasi ini. Pertama, merujuk pada rumusan masalah mengenai gambaran gaya hidup komunitas skateboard, sehingga

pemilihan lokasi ini telah sesuai criteria dan dapat memberikan gambaran yang utuh. Kedua, kondisi sosial masyarakat secara umum dan khususnya pemudanya yang sudah masuk kategori dengan gaya hidup yang tinggi dan glamour, setara dengan gaya hidup masyarakat kota besar. Waktu penelitian ini dilakukan pada April 2014.

No	Nama kegiatan	Bulan		
		April 2014	Mei 2014	Juni 2014
1.	Pra lapangan (persiapan studi lapangan) dengan mempersiapkan segala kebutuhan untuk studi (perijinan penelitian, instrumen penelitian, dsb).	Minggu Ke - 1,2,3,4		
2.	Penulisan data di lapangan (Observasi).		Minggu Ke - 1,2,3	
3.	Penulisan hasil penelitian		Minggu Ke - 4	Minggu Ke - 1,2
4.	Pengumpulan laporan penelitian.			Minggu Ke -3

Tabel 1 : Jadwal Penelitian