

KONSTRUKSI GAYA HIDUP MELALUI MUSIK SEBAGAI PRODUK BUDAYA POPULER

Oleh:
Glorya Agustiningsih¹

ABSTRACT

Business industry plays crucial role in establishing consumer preference to product consumption, either goods or services, by starting to plan and produce the design, form, model, style and marketing tactics to influence specific market segment for purchasing, consuming and behave that suits to product positioning. Likewise in music recording industry which in its early establishment had contributed in forming music genres also determines music trends that become indulgence of their fans in a period of time. Big music recording company particularly determines which music genre to be popularized, who is the artists, recording process, distribution and marketing communication strategies. An appropriate planning leads the recording company to be able to raise the selling and all at once also forming music as a popular culture product that communicates through communication mediums, and it is gradually being consumed and admired and able to construct their listeners behaviors. This behavior which is later being adopted as a lifestyle. Refer to this concept, the objective of this research is to describe how the music as a popular culture product constructs its audience lifestyle. Qualitative method using in-depth interview technique is the main method approached to collect data research. Results of this research is expected to benefit the future knowledge development of communication science, particularly to the practice of music recording industry.

Keywords: *Music, Lifestyle, Cultural Product, Popular Culture.*

ABSTRAK

Seperti diketahui bahwa industri bisnis memegang peran yang krusial dalam pembentukan selera konsumen terhadap konsumsi produk, baik barang dan jasa, dengan merencanakan dan memproduksi mulai dari bentuk, model, gaya, sampai taktik pemasaran hingga memengaruhi segmen khalayak yang spesifik untuk membeli, mengonsumsi, dan berperilaku sesuai dengan pemosisian produk yang digunakan. Demikian juga dalam industri rekaman musik yang sejak awal perkembangannya telah memberikan kontribusi dalam terbentuknya keberagaman jenis musik (*music genres*) yang turut menentukan tren musik yang digemari oleh khalayak pendengarnya dalam rentang waktu tertentu. Perusahaan rekaman musik besar khususnya, menentukan mulai dari jenis musik yang dipopulerkan, siapa artis penyanyi yang diorbitkan, proses rekaman, distribusi, dan strategi promosinya. Adanya perencanaan bisnis yang matang membuat perusahaan rekaman dapat menjual, sekaligus membentuk musik sebagai produk budaya populer yang dikomunikasikan melalui medium-medium komunikasi, sehingga musik tersebut disukai, dikagumi, dikonsumsi, hingga dapat mengonstruksi perilaku dari pendengarnya. Konstruksi perilaku tersebut yang kemudian diadopsi menjadi gaya hidup. Mengacu pada konsep tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memaparkan bagaimana musik sebagai produk budaya populer dapat mengonstruksi gaya hidup khalayak pendengarnya. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan wawancara sebagai teknik

¹ Alamat korespondensi: Program Studi Ilmu Komunikasi, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie, Jl. Yos Sudarso Kav. 87, Sunter, Jakarta Utara 14350. Telp: (021) 65307062, E-mail: gloria.sitompul@kwikkiangie.ac.id

pengumpulan data. Hasil dari penelitian bermanfaat bagi pengembangan keilmuan di bidang komunikasi, khususnya bagi industri rekaman musik secara praktis.

Kata Kunci: Musik, Gaya Hidup, Produk Budaya, Budaya Populer.

PENDAHULUAN

Perkembangan industri musik yang dimulai sejak ditemukannya alat pemutar musik yang dinamakan Victrola pada tahun 1906 telah membuat masyarakat, khususnya di Amerika Serikat, gemar mendengarkan rekaman musik di rumah. Ditambah lagi dengan munculnya teknologi radio yang menciptakan sinergi dengan industri rekaman musik, bahkan sampai saat ini. Industri musik yang tumbuh sejak era revolusi industri juga turut memberi andil dalam terbentuknya berbagai genre musik yang memiliki segmen pendengar setia di masing-masing jenisnya.

Kebudayaan populer lebih banyak berpengaruh pada kelompok orang muda. Hiburan merupakan kebutuhan pribadi masyarakat yang telah dipengaruhi oleh struktur kapitalis yang saat ini didominasi oleh musik (Bungin, 2008:51). Musik merupakan perangkat hiburan yang dapat dipadukan dengan berbagai seni lainnya. Musik menjadi sebuah bangunan hiburan yang besar dan paling lengkap, sehingga komposit dunia musik menjadi sebuah seni pertunjukan profesional yang menghasilkan uang dan menciptakan lapangan kerja yang luas. Seperti diketahui bahwa industri bisnis memegang peran yang krusial dalam pembentukan selera konsumen terhadap konsumsi produk, baik barang dan jasa, dengan merencanakan dan memproduksi mulai dari bentuk, model, gaya, sampai taktik pemasaran hingga memengaruhi segmen khalayak yang spesifik untuk membeli, mengonsumsi, dan berperilaku sesuai dengan pemosisian produk yang digunakan.

Demikian juga dalam industri rekaman musik yang sejak awal perkembangannya telah memberikan kontribusi dalam terbentuknya keberagaman jenis musik (*music genres*) yang turut menentukan tren musik yang digemari oleh khalayak pendengarnya dalam rentang waktu tertentu. Perusahaan rekaman musik besar

khususnya, menentukan mulai dari jenis musik yang dipopulerkan, siapa artis penyanyi yang diorbitkan, proses rekaman, distribusi, dan strategi promosinya. Adanya perencanaan bisnis yang matang membuat perusahaan rekaman dapat menjual, sekaligus membentuk musik sebagai produk budaya populer yang dikomunikasikan melalui medium-medium komunikasi, salah satunya adalah gelaran musik (*music event*), sehingga musik tersebut disukai, dikagumi, dikonsumsi, hingga dapat mengonstruksi perilaku dari pendengarnya. Konstruksi perilaku tersebut yang kemudian diadopsi menjadi gaya hidup.

Bagaimana musik berubah menjadi salah satu produk dalam budaya populer adalah berkaitan dengan masalah keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan tertentu. Sebuah budaya bisa diadopsi menjadi gaya hidup karena menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya yang lebih banyak mempertontonkan sisi hiburan, yang mendatangkan kesan konsumtif. Dalam dunia kapitalisme, hiburan dan bahkan budaya telah menjelma menjadi industri, yaitu sebuah proses reproduksi kepuasan manusia dalam media tipuan. Hampir tidak ada lagi perbedaan antara kehidupan nyata dan dunia yang digambarkan dalam film (During, 1993:31).

Jika dominasi dan pengaruh musik pada individu demikian besar, maka penelitian ini bertujuan untuk memaparkan bagaimana musik sebagai produk budaya populer dapat mengonstruksi gaya hidup khalayak sasarannya melalui penyelenggaraan gelaran musik sebagai medium interaksi yang melibatkan audiens dan perusahaan dalam rangka mengomunikasikan merek/produk. Dari interaksi itulah maka tercipta suatu gaya hidup, dimana terbentuknya gaya hidup tersebut melalui suatu proses pembentukan yang dibahas dalam penelitian ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Budaya Populer

Pemikiran tentang budaya populer menurut Ben Agger dalam Bungin (2008:49) dapat dikelompokkan pada empat aliran: (a) budaya yang dibangun berdasarkan kesenangan namun tidak substansial, dan mengentaskan orang dari kejenuhankerja sepanjang hari; (b) kebudayaan populer menghancurkan nilai budaya tradisional; (c) kebudayaan menjadi masalah besar dalam pandangan ekonomi Marx kapitalis; (d) kebudayaan populer merupakan budaya yang menetes dari atas.

Kebudayaan populer banyak berkaitan dengan masalah keseharian yang dapat dinikmati oleh semua orang atau kalangan tertentu, seperti kendaraan pribadi, fashion, perawatan tubuh, kuliner, dan sebagainya. Sebuah budaya yang akan memasuki dunia hiburan, maka budaya itu umumnya menempatkan unsur populer sebagai unsur utamanya, dan memperoleh kekuatannya manakala media massa digunakan sebagai *by pass* penyebaran pengaruh di masyarakat.

Budaya juga memiliki nilai yang membedakan satu budaya dengan budaya lainnya. Budaya yang memiliki nilai tinggi dibedakan dengan budaya yang memiliki nilai dibawahnya. Sampai saat ini kaum konservatif dan neokonservatif terus menyerang kebudayaan populer (Bungin, 2008:50), namun anehnya kekuatan budaya populer semakin kuat dengan begitu besar pengaruhnya kepada manusia. Kebudayaan populer juga lebih banyak berpengaruh pada kelompok orang muda dan menjadi pusat ideologi masyarakat dan kebudayaan, ditengah kehadirannya yang kontradiktif dan mengundang perdebatan.

Sebagaimana dijelaskan bahwa budaya populer lebih banyak mempertontonkan sisi hiburan, yang kemudian mengesankan bahwa budaya populer lebih konsumtif. Seperti dikemukakan oleh Richard Dyer, hiburan merupakan kebutuhan pribadi masyarakat yang telah dipengaruhi oleh struktur kapitalis. Hiburan menyatu dengan makna-makna hiburan dan saat ini didominasi oleh musik, dimana musik menjadi perangkat hiburan yang lengkap yang dapat dipadukan dengan berbagai seni lainnya. Hampir tidak dapat ditemui sebuah hiburan tanpa

mengabaikan peran musik, sebaliknya musik menjadi sebuah bangunan hiburan yang besar dan paling lengkap. Sehingga komposit dunia musik menjadi sebuah seni pertunjukan profesional yang menghasilkan uang dan menciptakan lapangan kerja yang luas.

Proses Konstruksi Sosial

Manusia dalam banyak hal memiliki kebebasan untuk bertindak di luar batas kontrol struktur dan pranata sosialnya dimana individu berasal. Manusia secara aktif dan kreatif mengembangkan dirinya melalui respon-respon terhadap stimulus dalam dunia kognitifnya. Karena itu dalam proses sosial, individu manusia dipandang sebagai pencipta realitas sosial yang relative bebas di dalam dunia sosialnya. Dalam penjelasan ontologi paradigma konstruktivis, realitas merupakan konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu.

Max Weber (Bungin, 2008:12) melihat realitas sosial sebagai perilaku sosial yang memiliki makna subyektif, karena itu perilaku memiliki tujuan dan motivasi. Perilaku sosial menjadi “sosial” membuat individu mengarahkan dan memperhitungkan kelakuan orang lain dan mengarahkan kepada subyektif itu. Perilaku itu memiliki kepastian kalau menunjukkan keseragaman dengan perilaku pada umumnya dalam masyarakat. Pada kenyataannya realitas sosial tidak berdiri sendiri tanpa kehadiran individu, baik didalamnya maupun di luar realitas tersebut. Realitas sosial itu memiliki makna, manakala realitas sosial dikonstruksi dan dimaknakan secara subyektif oleh individu lain sehingga memantapkan realitas itu secara obyektif. Individu mengonstruksi realitas sosial, dan merekonstruksinya dalam dunia realitas, memantapkan realitas itu berdasarkan subyektivitas individu lain dalam institusi sosialnya.

Dari beberapa macam konstruktivisme terdapat kesamaan dimana konstruktivisme dilihat sebagai sebuah kerja kognitif individu untuk menafsirkan dunia realitas yang ada karena terjadi relasi sosial antara individu dengan lingkungan atau orang disekitarnya. Individu kemudian membangun sendiri pengetahuan yang telah ada sebelumnya, yang dimana disebut oleh

Peter L. Berger dan Thomas Luckmann sebagai konstruksi sosial, dimana terjadi dialektika antara individu menciptakan masyarakat dan masyarakat menciptakan individu. Proses tersebut melalui tiga tahapan, yaitu: (1) eksternalisasi (penyesuaian diri) dengan dunia sosiokultural sebagai produk manusia; (2) obyektivasi, yaitu interaksi sosial yang terjadi dalam dunia intersubjektif yang dilembagakan atau mengalami proses institusionalisasi; (3) internalisasi, yaitu proses dimana individu mengidentifikasikan dirinya dengan lembaga-lembaga sosial atau organisasi sosial tempat individu menjadi anggotanya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif ini sering disebut metode penelitian naturalistik, yaitu penelitian yang dilakukan pada kondisi obyek yang alami, peneliti sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, data yang dihasilkan bersifat deskriptif dan penelitian ini lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sedarmayanti & Hidayat 2002:33). Dalam penelitian kualitatif peneliti tidak mencari kebenaran dan moralitas, akan tetapi memahami realitas yang diteliti.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dimana hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Penelitian deskriptif hanya melukiskan, memaparkan, menuliskan, dan melaporkan suatu keadaan, suatu obyek atau suatu peristiwa, tanpa menarik kesimpulan umum. Jenis penelitian deskriptif biasanya juga dilakukan atas dasar sejumlah studi atau informasi yang pernah ada sebelumnya.

Sebagaimana paparan di atas, dalam penelitian ini Penulis hanya menguraikan situasi yang dilalui oleh informan yang melalui suatu proses pembentukan gaya hidup akibat mengonsumsi musik melalui keikutsertaannya dalam gelaran-gelaran musik, sehingga terjadi perilaku berulang yang dilakukan oleh informan tersebut. Pembahasan yang dilakukan seputar

pemaparan seperti apa situasi yang dilalui dan dihadapi oleh informan dalam mengadopsi musik sebagai budaya populer yang kemudian perlahan menjadi suatu bentuk perilaku yang terbuka (*overt behavior*).

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah menggunakan wawancara semi-struktur terhadap satu orang informan wanita berusia 21 tahun, mahasiswa semester VII di salah satu Perguruan Tinggi Swasta di Jakarta Utara, yang menggemari musik klasik sejak kecil, dan sering mengikuti konser-konser musik klasik secara berkala. Dari data wawancara akan dilakukan analisis berdasarkan beberapa konsep mengenai konstruksi sosial, sehingga dapat diketahui bagaimana proses pembentukan gaya hidup yang diadopsi dalam perilaku berulang karena mengonsumsi musik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengetahuan selalu merupakan konstruksi dari individu yang mengetahui dan tidak dapat ditransfer kepada individu lain yang pasif. Karena itu konstruksi harus dilakukan sendiri oleh individu tersebut terhadap pengetahuan itu, sedangkan lingkungan adalah sarana terjadinya konstruksi itu. Informan dalam penelitian ini mendapatkan pengetahuan mengenai musik klasik melalui ketertarikannya bermain-main dengan piano saat masih berusia belia, dimana lingkungan keluarga turut mempengaruhi munculnya ketertarikan informan terhadap piano karena salah satu kerabat dekat informan (nenek) adalah seorang pemain piano beraliran klasik yang menggeluti dunia musik semenjak usia muda hingga paruh baya.

Dari temuan ini didapatkan bahwa stimulus awal yang menjadi gerbang masuknya pengetahuan dalam pikiran informan terhadap musik klasik diperoleh secara aktif dan terus-menerus melalui pengalaman masa kecilnya yang sudah mengenal alat musik piano. Ditambah lagi dengan situasi yang dialami dalam lingkungan keluarga terdekat yang mengadopsi gaya hidup dengan banyak menghabiskan waktu bermain musik. Terlihat juga dari aktivitas yang dilakukan oleh ibu dari informan yang menyukai seni suara dengan terlibat dalam suatu kelompok vokal di

gereja. Dapat disimpulkan bahwa memang lingkungan juga menjadi sarana dalam terbentuknya suatu bangunan perilaku yang diadopsi oleh seorang individu. Dijelaskan pula bahwa informan telah mengalami proses sosialisasi primer, yaitu proses sosialisasi yang dialami oleh individu dalam masa kanak-kanak, yang dengan itu ia menjadi anggota masyarakat.

Tahap awal yang dilalui oleh informan dapat disebut sebagai tahap eksternalisasi seperti yang dikemukakan oleh Peter L. Berger dan Thomas Luckmann (Bungin, 2008:16). Eksternalisasi menjadi bagian penting dalam kehidupan individu, dan menjadi bagian dari dunia sosio-kulturalnya, yaitu dunia yang berkenaan dengan segi sosial dan budaya masyarakat. Dengan kata lain, eksternalisasi terjadi pada tahap yang sangat mendasar, dalam satu pola perilaku interaksi antara individu dengan produk-produk sosial masyarakatnya. Proses yang dimaksud adalah ketika sebuah produk sosial telah menjadi sebuah bagian penting dalam masyarakat yang setiap saat dibutuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang untuk melihat dunia luar.

Berkaitan dengan konsep tersebut, informan telah melalui suatu tahap yang sangat mendasar dimana selama masa kecilnya, informan mengalami interaksi komunikasi yang terus menerus dalam lingkungan keluarga intinya yang menumbuhkan suatu kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), atau nilai (*value*). Ketiga hal tersebut telah menjadi bagian penting dalam diri informan yang tumbuh sebagai hasil dari pengetahuan yang terbentuk akan musik klasik. Ketiga gagasan tersebut juga membentuk persepsi individu terhadap beberapa hal disekelilingnya yang kelak turut mempengaruhi perilaku.

Dalam diri informan tumbuh kepercayaan bahwa dengan keputusannya untuk menekuni aliran klasik dengan bermain piano akan membentuk dirinya menjadi pribadi yang baik. Hal ini terlihat dari perubahan yang dirasakan informan melalui pengalaman-pengalamannya bermain piano dan mendengarkan musik klasik. Menurut informan, ia merasakan hal-hal yang membuat dirinya tenang, damai, harmonis, dan

romantis. Sikap juga terbentuk dalam diri informan yang dimana terbentuk suatu keadaan mental dan kesiapan dalam menghadapi respon informan terhadap semua objek dan situasi yang berkaitan dengannya. Seperti misalnya, kemampuan dalam menyerap pelajaran lebih baik, mudah mengingat sesuatu, atau menganalisis sesuatu. Lalu dalam kehidupan sehari-hari, informan merasa mampu mengetahui mana yang baik dan tidak untuk dilakukan. Musik klasik juga membantu informan dalam melampiaskan emosinya. Ketika informan merasakan beban pikiran yang mengganggu, sebagai alat relaksasi, ataupun mencurahkan perasaan bahagia.

Informan juga merasa cenderung memiliki pendirian yang kuat dan tidak mudah terpengaruh oleh teman-teman disekelilingnya. Informan menjadi sosok yang lebih berani mengemukakan pendapatnya, namun di sisi lain informan merasa hal tersebut membuat ia tidak bisa mengikuti tren yang sedang hangat diperbincangkan. Hal lain yang dirasakan oleh informan adalah terbentuknya pribadi yang lebih mudah untuk mendengarkan, penuh toleransi, lebih mudah memaafkan, dan lebih mudah memaklumi sesuatu. Karena informan menganggap bahwa perasaan seseorang adalah berharga. Berbagai sikap yang terbentuk dalam diri informan tersebut turut menumbuhkan nilai-nilai yang positif yang memuat elemen pertimbangan bagi informan dalam berperilaku.

Setelah melalui suatu konstruksi pengetahuan dalam dirinya, maka pengetahuan tersebut menuntut informan untuk melakukan sesuatu sesuai dengan pengetahuan yang telah terbentuk dalam pikirannya. Informan menyadari bahwa minatnya yang besar untuk bermain piano, juga membuat ia juga menyukai musik klasik. Dari situlah ia mulai mengikuti kursus piano untuk mengasah kemampuannya. Dari interaksi di tempat kursus tersebut, informan bertemu dengan individu-individu yang memiliki minat sama dan memperoleh berbagai informasi terkait dengan minat bersama. Informan mulai aktif mengikuti resital dan konser musik klasik, walaupun gelaran musik serupa masih terbilang jarang diselenggarakan di Indonesia. Kemampuannya bermain piano beraliran klasik,

berinteraksi dengan individu-individu yang memiliki hobi dan minat yang sama, serta aktif mengikuti resital konser-konser musik klasik, mempengaruhi informan.

Informan merasakan perubahan perilaku dalam sehari-hari, seperti rutin mendengarkan musik klasik di waktu-waktu tertentu, serta mengoleksi beberapa *compact discs* lagu-lagu klasik karya Mozart, Beethoven, Chopin, Debussy, dan sebagainya. Selain itu informan juga ikut mengoleksi *compact discs* lagu-lagu seperti ABBA, The Carpenters, Queen, The Beatles. Informan pun lebih menyukai kaset untuk mendengarkan musik dan lebih menggunakan *earbuds* seperti pada jaman *walkman* dulu. Informan gemar membaca novel-novel klasik karya dari Agatha Christie dan William Shakespeare. Informan juga mengoleksi beberapa barang klasik. Perubahan perilaku yang dirasakan oleh informan tersebut merupakan tahapan internalisasi seperti yang dikemukakan oleh Berger dan Luckmann (1990) dalam Bungin (2008:19).

Dalam konteks ini, informan mengalami suatu proses ‘mengambil alih’ dunia itu, individu dapat memodifikasi dunia, bahkan menciptakan ulang dunianya secara kreatif. Selain perubahan perilaku, informan juga turut merasakan perubahan emosional dalam pikirannya akibat kegemarannya menonton konser musik. Informan merasa harinya jadi menyenangkan dan timbul perasaan bahagia setelah menonton konser musik klasik, dan musik klasik yang didengarnya dapat membantu meringankan beban pikiran. Keadaan yang dialami oleh informan ini seperti yang dikemukakan oleh Richard Dyer sebagai respon emosi jiwa dan perkembangan implikasi emosi diri yang merupakan suatu tanda keinginan manusia yang meronta ingin ditanggapi dengan memenuhinya.

Informan yang mengalami perubahan emosional dalam pikirannya akibat mengonsumsi musik juga memenuhi prinsip-prinsip yang menonjol dalam hiburan adalah kesenangan yang tertanam dan menjelma dalam kehidupan manusia, sehingga pada saat lain akan menjelma membentuk budaya manusia. Kesenangan itu kemudian menjadi suatu kebutuhan manusia yang lebih besar, bahkan kadang menjadi

eksistensi kehidupan manusia. Kesenangan tersebut juga membuat manusia menjadi manja dan terbiasa dengan kehidupan yang kelihatan serba mengagumkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam pembentukan gaya hidup dimana seorang individu mengadopsi perilaku tertentu melalui proses konstruktivisme, dimana realitas sosial dikonstruksi melalui proses eksternalisasi, obyektivasi, dan internalisasi. Konstruksi sosial sangat terkait dengan kesadaran manusia terhadap realitas sosial itu. Karena itu kesadaran adalah bagian yang paling penting dalam konstruksi sosial. Terkait pembentukan perilaku pada penggemar musik dimana musik sebagai produk budaya populer dapat mengonstruksi gaya hidup khalayak sasarannya.

Tahap awal yang dilalui oleh informan dapat disebut sebagai tahap eksternalisasi dimana menjadi bagian penting dalam kehidupan individu, dan menjadi bagian dari dunia sosio-kulturalnya, yaitu dunia yang berkenaan dengan segi sosial dan budaya masyarakat. Ketika sebuah produk sosial telah menjadi sebuah bagian penting dalam masyarakat yang setiap saat dibutuhkan oleh individu, maka produk sosial itu menjadi bagian penting dalam kehidupan seseorang untuk melihat dunia luar. Tiga hal yang berpengaruh dalam tahap ini adalah kepercayaan (*belief*), sikap (*attitude*), atau nilai (*value*), dimana membentuk persepsi individu terhadap beberapa hal disekelilingnya yang kelak turut mempengaruhi perilaku.

Tahap berikutnya adalah obyektivasi produk sosial terjadi dalam dunia intersubjektif masyarakat yang dilembagakan. Pada tahap ini sebuah produk berada pada proses institusionalisasi, sedangkan individu memanifestasikan diri dalam produk-produk kegiatan manusia yang tersedia. Obyektivasi ini bertahan lama sampai melampaui batas tatap muka dimana mereka dapat dipahami secara langsung, sehingga hal terpenting dalam obyektivasi adalah pembuatan tanda-tanda oleh manusia (*sign*).

Perubahan perilaku yang dirasakan oleh informan tersebut merupakan tahapan internalisasi. Dalam konteks ini, individu mengalami suatu proses ‘mengambil alih’ dunia itu, individu dapat memodifikasi dunia, bahkan menciptakan ulang dunianya secara kreatif. Selain perubahan perilaku, individu juga turut merasakan perubahan emosional dalam pikirannya akibat mengonsumsi produk budaya populer yang menjelma menjadi kesenangan, dan kesenangan itu kemudian menjadi suatu kebutuhan manusia yang lebih besar, bahkan kadang menjadi eksistensi kehidupan manusia.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. (2008). *Konstruksi Sosial Media Massa: Kekuatan Pengaruh Media Massa, Iklan Televisi dan Keputusan Konsumen serta Kritik Terhadap Peter L. Berger dan Thomas Luckmann*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Creswell, John. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- During, Simon. (1993). *The Cultural Studies Reader*. London: Routledge.
- Sedarmayanti & Syarifudin Hidayat. (2002). *Metodologi Penelitian*. Bandung: Mandar Maju.
- Straubhaar, Joseph & Robert LaRose. (2006). *Media Now: Understanding Media, Culture and Technology*. California: Thomson Higher Education.