

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Zulviana Oriza Nucifera
44214110029

Gaya Hidup Vintage Sebagai Budaya Populer
(Studi Fenomenologi Komunikasi Komunitas Indonesian Pinups Community)
Jumlah halaman : x + 122 + 32 Lampiran
Bibliografi : 38 Acuan, Tahun 2008 – 2018

ABSTRAK

Komunitas Indonesian Pinups Community (IPC) atau yang lebih dikenal dengan nama Indopinups memiliki keunikan tersendiri yaitu menggandrungi budaya Amerika tempo dulu dan menjadikannya sebagai bagian dari gaya hidup. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui makna gaya hidup vintage bagi anggota komunitas Indopinups dan mengetahui perilaku komunikasi yang biasa dilakukan oleh komunitas Indopinups.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini dan dianggap relevan diantaranya adalah teori gaya hidup oleh Philip Kotler, teori budaya populer oleh Burton, teori komunikasi kelompok oleh Michael Burgoon, teori Interaction-Process Analysis karya Robert Gales, teori fenomenologi Alfred Schutz dan Creswell, dan teori interaksi simbolik Herbert Mead.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Fenomenologi Alfred Schutz. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data primer didapat melalui observasi partisipatori dan wawancara mendalam, sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan. Kemudian dianalisa menggunakan interaktif model dengan tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan serta pengujian kesimpulan. Pemeriksaan keabsahan menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode.

Hasil temuan penelitian menunjukkan makna gaya hidup vintage menurut mereka adalah budaya yang bernilai, pinup merupakan gaya hidup, pinup bukanlah cosplay dan tidak pernah mati. Perilaku komunikasi yang dilakukan oleh anggota komunitas Indopinups diantaranya adalah komunikasi kelompok dan komunikasi Interpersonal. Mereka memiliki panggilan khusus bagi anggotanya dan juga istilah-istilah khusus dalam genre dan pinup style. Kegiatan yang dilakukan berupa mengikuti event custom culture, gathering, dan publikasi di media massa. Dapat disimpulkan bahwa gaya hidup vintage yang mereka jalani erat kaitannya dengan budaya populer dan juga komunikasi. Mereka berkomunikasi menggunakan atribut gaya hidup yang menjadi ciri khas mereka yang merupakan bagian dari kebudayaan populer.

Kata Kunci: Komunitas, Pin up, Budaya Populer, Gaya, Busana , Vintage



Mercu Buana University
Communication Faculty
Study Program Public Relations
Zulviana Oriza Nucifera
44214110029

Vintage Lifestyle as Populer Culture
(Phenomenology Study in Indonesian Pinups Community)
Pages : x + 122 + 32 attachments
Bibliografi : 38 (2008 – 2018)

ABSTRACT

The Indonesian Pinups Community (IPC) community or better known as Indopinups has its own uniqueness, they love American culture in the past and make it a part of the lifestyle. The purpose of this study was to find out the meaning of a vintage lifestyle for members of the Indopinups community and find out the communication behavior that is commonly practiced by the Indopinups community.

The theories used in this research and considered relevant include lifestyle theory by Philip Kotler, Burton's popular cultural theory, Michael Burgoon's group communication theory, the theory of Interaction-Process Analysis by Robert Gales, the phenomenological theory of Alfred Schutz and Creswell, and interaction theory symbolic by Herbert Mead.

This study uses the constructivism paradigm. The research method used in this study was Phenomenology Alfred Schutz. This study uses a qualitative approach with qualitative descriptive research. Primary data collection techniques are obtained through participant observation and in-depth interviews, while secondary data is obtained through literature studies. Then analyzed using interactive models with three stages, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawing and testing. Validity check uses source triangulation and method triangulation techniques.

The research findings show the meaning of a vintage lifestyle according to them is a valuable culture, pinup is a lifestyle, pinup is not cosplay and never dies. Communication behavior carried out by members of the Indopinups community include group communication and Interpersonal communication. They have special calls for their members and also specific terms in the genre and pinup style. Activities carried out in the form of attending custom culture events, gatherings, and publications in the mass media. It can be concluded that the vintage lifestyle they live in is closely related to popular culture and communication. They communicate using lifestyle attributes that are their trademarks that are part of popular culture.

Keywords: Community, Pin up, Popular Culture, Style, Clothing, Vintage