

# **PERILAKU KOMUNIKASI PANJAT SOSIAL DI KALANAGAN MAHASISWA**

(Studi Fenomenologi Pada Perilaku Komunikasi Panjat Sosial di  
Kalangan Mahasiswa Kota Bandung)

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
Komputer Indonesia, Jalan Dipatiukur 112-116, Bandung, 40132 Indonesia

Nurul Akbari Fatoni

Universitas Komputer Indonesia

[Nrlakbari7@gmail.com](mailto:Nrlakbari7@gmail.com)

Di bawah bimbingan:

Maulana Irfan, S.Sos.,M.I.Kom

## **Abstract**

Social climbing itself is rooted in the sociology of communication in sub social mobility. This social mobility in the times of development has greatly increased because of the social changes in this period, namely the movement of status or social roles. This social climbing is one of the effects of technological sophistication (social media) has indirectly given birth to the phenomenon of social climbing. This Social Climbing is a lifestyle in pocket or financial condition, simply social climbing is someone who seeks higher social recognition of the social status as opposed to, through cyberspace.

The results of the study show that each informant in this study has different motives and meanings. Where the motive underlies them to become a social climb. The motives include: 1) The desire to become a socialite: 2) Seeking Popularity. While the meanings that emerge include: 1) entertainment: 2) expressing themselves. The results of the study also reveal that communication experience is based on the influence of the group's environment.

This study the author uses a qualitative method using a phenomenology approach as a guideline in conducting research. Data collection is done by observation, interviews, and documentation. The theory used is the theory of phenomenology Schutz. In this study, researchers used purposive sampling, where the research informants were determined as many as four, including three students who use social media, and one of the informants of researchers who are experts in the field of psychologists.

Keywords: social climbing, social media, motives, meaning, communication experience

## **Abstrak**

Panjat sosial sendiri berakar dari adanya sosiologi komunikasi dalam sub mobilitas sosial. Mobilitas sosial ini dalam perkembangan zaman sangat meningkat karna adanya perubahan sosial pada masa ini, yaitu pergerakan status atau peran sosial. Panjat sosial ini salah satu dampak dari kecanggihan teknologi (media sosial) secara tidak langsung telah melahirkan adanya fenomena panjat sosial. Panjat Sosial ini merupakan gaya hidup yang tidak sesuai dengan kantong atau kondisi keuangan, secara sederhana panjat sosial merupakan seseorang yang ingin memiliki sosial yang lebih tinggi dari status sosial sebenarnya, melalui dunia maya atau media sosial.

Hasil dari penelitian menunjukkan adanya motif dan makna yang merupakan adanya hasil berbeda. Dimana hasil tersebut membuat mereka menjadi panjat sosial. Adapun motif

tersebut diantaranya: 1) Keinginan untuk menjadi sosialita: 2) Mencari Popularitas. Sedangkan makna yang muncul diantaranya: 1) hiburan: 2) mengekspresikan diri. Dari hasil penelitian juga mengungkapkan bahwa pengalaman komunikasi diawasi atas pengaruh lingkungan kelompoknya.

Penulis memakai gambaran kualitatif menggunakan pendekatan fenomenologi sebagai pedoman dalam melakukan penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah teori fenomenologi Schutz. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *purposive sampling*, dimana informan penelitian telah ditentukan yakni sebanyak empat, diantaranya tiga mahasiswa pengguna media sosial yaitu mahasiswa Kota Bandung dan satunya informan peneliti ahli dalam bidang psikolog.

Kata kunci : panjat sosial, media sosial, motif, makna, pengalaman komunikasi

## 1. Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Perubahan perilaku komunikasi terjadi saat ini yaitu, erat kaitannya dengan perubahan-perubahan yang ada dalam sebuah gaya hidup yang semakin meningkat. Perubahan gaya hidup ini memaksakan setiap individu berupaya akan meningkatkan cara berkomunikasi yang akan mampu membawa mereka pada kelas sosial/ status sosial yang lebih tinggi. Fenomen ini seringkali disebut panjat sosial.

Sisi seorang panjat sosial adalah akan motivasinya dan upaya yang akan dilakukan dalam memerankan diri mereka ke publik sangat untuk layak diteliti, terutama pada kalangan remaja (mahasiswa). Karena adanya masa remaja ini pembentukan dari pelajar ke mahasiswa ini sangat berbeda, adanya faktor kebutuhan dan faktor lingkungan yang menjadi faktor-faktor utama individu perubahan.

Dari permasalahan yang diteliti diatas, peneliti tertarik untuk sangat ingin mengetahui motif, makna, dan pengalaman perilaku yang merupakan semua alasan, atau dorongan dalam adanya diri individu yang menjadi penggerak yang untuk berbuat akan sesuatu. Benang merah yang akan ingin ditekankan dalam penelitian ini adalah peneliti ini sangat tertarik akan meneliti fenomena-fenomena panjat sosial

tersebut dengan adanya peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi.

Penulis ini akan menggunakan fenomenologi sebagai acuan pedoman untuk melakukan penelitian, karena penulis ini sangat berusaha mencari pemahaman tentang adanya makna dari sebuah realitas yang ada berdasarkan motif yang dilalui kehidupan manusia. Realita sosial yang akan dimaksudkan penulis adalah fenomena panjat sosial yang terjadi ini yang berkembang di kalangan mahasiswa Bandung.

Dengan adanya beberapa mahasiswa di kota Bandung ini, yaitu merupakan mahasiswa-mahasiswa yang hidupnya selalu mengikuti akan perkembangan zaman ini, dengan *up to date*, dengan adanya gaul, dan *popular*. Disayangkannya mereka tidak pernah berkembang dengan baik maksudnya adalah mereka hanya menawarkan kesenangan tanpa batas. Mereka beranggapan bahwa menjadi seseorang yang mewah dan gaul merasa hal yang sangat keren. Jadi panjat sosial yaitu mereka yang melakukan segala cara agar dapat diterima dan di hargai oleh lingkungan luas maupun kelompok tertentu.

### 1.2 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan penelitian diatas peneliti menjabarkan untuk meneliti dan mengetahui mendalam bagaimana

Perilaku Komunikasi Panjat Sosial di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung

### 1.3 Rumusan Masalah Mikro

- 1) Apa Motif mereka menjadi Panjat Sosial?
- 2) Apa Makna Panjat Sosial bagi Mahasiswa Kota Bandung ?
- 3) Bagaimana Pengalaman Komunikasi menjadi Panjat Sosial bagi Mahasiswa Kota Bandung?

### 1.4 Maksud

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui fenomena Panjat Sosial Pada Mahasiswa Kota Bandung

### 1.5 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui Motif Menjadi Panjat Sosial bagi Mahasiswa Kota Bandung
- 2) Untuk mengetahui Makna Panjat Sosial bagi Mahasiswa Kota Bandung
- 3) Untuk mengetahui Pengalaman Komunikasi menjadi Panjat Sosial bagi Mahasiswa Kota Bandung

## II. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Komunikasi

Manusia tidak luput akan bersosialisasi karna manusia adalah makhluk sosial, seperti komunikasi yaitu adanya proses pertukaran pesan, dimana proses komunikasi ini bisa berlangsung dimana saja dan kapan saja. Komunikasi juga bisa dapat diartikan bahwa proses komunikasi melibatkan akan pikiran, lisa, tangan, hati dan syaraf motori yang ada dalam diri kita. Seperti adanya hal setiap saling berkomunikasi akan beraksi dan bereaksi yang tersusun akan menjadi satu kesatuan yang akan utuh. Proses inipun disebut juga suatu proses komunikasi. Media komunikasipun dapat berupa media cetak yaitu (koran, majalah, pamflet,

banner, dan lain-lainnya) dan media elektronik juga seperti (radio, televisi, dan internet).

### 2.2 Panjat Sosial

Panjat sosial sendiri berakar dari adanya sosiologi komunikasi dalam sub mobilitas sosial. Mobilitas sosial ini dalam perkembangan zaman sangat meningkat karna adanya perubahan sosial pada masa ini, yaitu pergerakan stautus atau peran sosial. Perubahan sosial ini dikarenakan dengan adanya kemajuan teknologi yang semakin meningkan. Panjat sosial merupakan salah satu penyakit sosiologis dan psikologis. Secara sederhana panjat sosial adalah mereka yang ingin dianggap tinggi dari status sosialnya yang sebenarnya. Panjat sosial tidak melakukan dengan cara meraih prestasi dirinya, melainkan dengan aksesoris yang menempel pada dirinya.

### 2.3 Fenomenologi

Fenomenologi adalah sesuatu yang menggambarkan arti pengalaman hidup tentang sebuah adanya konsep atau adanya fenomena yang terjadi dalam beberapa orang. Yaitu orang-orang yang terlibat dalam menangani sebuah fenomena. Fenomenologi ini menurut Schutz yaitu adanya motif, makna, pengalaman dari ilmu ilmiah yang ada berkaitan dengan sehari-hari.

## 3. Metode Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi. Fenomenologi adalah studi yang mempelajari fenomena, seperti penampakan, segala hal yang muncul dalam pengalaman kita. Alferd Schutz merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial. Schutz menekankan bahwa ilmu sosial terjadi perubahan yang terjadi terhadap pandangan hidupnya pada masa sekarang dan masa depan.

## **4. Penelitian dan Pembahasan**

### **4.1 Hasil Penelitian**

Peneliti telah mencari data baik melalui wawancara informan penelitian ataupun observasi, peneliti dapat melakukan penelitian adanya Perilaku Panjat Sosial di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung.

#### **4.1.1 Motif Panjat Sosial pada Mahasiswa Kota Bandung**

Motif merupakan dorongan, keinginan, hasrat dan tenaga penggerak lainnya yang berasal dari dalam dirinya untuk melakukan sesuatu. Motif-motif itu memberikan tujuan dan arahan kepada tingkah laku. Kegiatan-kegiatan yang kita lakukan sehari-hari juga memiliki motif tersendiri.

Seperti halnya yang dilakukan oleh ketiga informan dimana mereka memiliki dorongan khusus untuk melakukan suatu tindakan. Tindakan tersebut berorientasi karena adanya tujuan yang diinginkan. Pada pembahasan motif schutz membaginya menjadi dua fase yang berorientasi pada dorongan/ pengalaman masa lalu (because motive) dan yang berorientasi pada masa yang akan datang (in order to motive). Motif ini menjadi acuan dari para informan untuk mendapatkan pengakuan dengan cara aktualisasi diri melalui media sosial instagram.

Dalam hasil penelitian ini, peneliti mengakui bahwa hasil penelitian dalam motif ini beranggapan bahwa media sosial adalah tempat hiburan dan media sosial itupun menjadi tempat mengekspresikan diri.

#### **4.1.2 Makna Panjat Sosial pada Mahasiswa Kota Bandung**

Makna merupakan sebagai kecenderungan total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa. Terdapat banyak komponen dalam

makna yang dibangkitkan suatu kata atau kalimat.

Panjat sosial adalah istilah yang digunakan untuk menyebut seseorang yang memiliki ambisi tinggi untuk eksis dikalangan dengan status sosial lebih tinggi. Konotasi negatif pada istilah ini, karena kebanyakan seseorang yang melakukan panjat sosial, memamerkan banyak hal yang sebenarnya tidak dimiliki. Bergaya sosialita agar diterima didalam sebuah komunitas sosialita misalnya.

Dalam hasil ini peneliti ini bahwa makna panjat sosial yaitu untuk mencari populasi dan menjadi kaum sosialita

#### **4.1.3 Pengalaman Komunikasi pada Mahasiswa Kota Bandung**

Pengalaman merupakan sesuatu yang dialami. Melalui pengalaman, individu memiliki pengetahuan. Hal ini sesuai dengan pernyataan bahwa: All objects of knowledge must conform to experience. Pengetahuan melandasi kesadaran yang membentuk pemaknaan. Kesadaran dan pemaknaan inilah yang mendorong individu untuk melakukan tindakan atau perilaku tertentu, dengan merujuk pada behavior is an experience of consciousness that bestows meaning through spontaneous activity.

Dapat dikatakan pengalaman menjadi pondasi bagi siapapun atas semua adanya tindakan. Setiap peristiwa yang dialami akan menjadi sebuah pengalaman bagi individu. Pengalaman yang diperoleh mengandung suatu informasi atau pesan tertentu. Informasi ini akan diolah menjadi pengetahuan. Dengan demikian berbagai peristiwa yang dialami dapat menambah pengetahuan individu. Suatu peristiwa yang mengandung unsur komunikasi akan menjadi pengalaman komunikasi tersendiri bagi individu, dan pengalaman komunikasi yang dianggap penting akan menjadi pengalaman yang paling diingat dan memiliki dampak khusus bagi individu tersebut.

## **4.2 Pembahasan**

Pada sub-bab penelitian ini, peneliti akan menguraikan data-data yang telah peneliti peroleh selama observasi langsung ke lapangan dan wawancara informan yang peneliti lakukan. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan bersama S, H, dan A yang merupakan mahasiswa Kota Bandung, seorang ahli psikologi yang memang ahli dibidangnya.

Hal pertama yang peneliti lakukan sebelum melakukan wawancara pada informan dan melakukan observasi penelitian yang bertempat di sekitaran Kota Bandung. Peneliti melakukan pendekatan kepada informan untuk melakukan izin mewawancarai mereka.

### **4.2.1 Motif Panjat Sosial pada Mahasiswa Kota Bandung**

Motif itu adanya faktor pendukung (gerakan, suatu alasan) yang memiliki maksud-maksud tertentu, sehingga tingkah manusia akan lebih sempurna. Kondisi ini menyangkut apa yang seharusnya dilakukan, bagaimana cara melakukannya dan mengapa ia melakukannya. Termasuk dalam penelitian ini, peneliti mencoba menjelaskan pengalaman informan.

Hampir dipastikan semua informasi yang menyangkut pada motif ini tidak mengerucut pada satu alasan, sehingga antara informan memiliki motif yang berbeda. Meski begitu, ada beberapa informasi data dari informan memiliki adanya persamaan atau kemiripan. Setelah diadakan wawancara ini sah untuk penelitian ini. Data ini berupa alasan menjadi panjat sosial. Pada tahap ini peneliti mencoba menguraikan hasil penelitian menggunakan pemikiran Alfred Schutz.

Kedua motif tadi relevan menggambarkan kondisi alasan informan menjadi panjat sosial, sehingga peneliti

Motif yang muncul pada panjat sosial ini juga dipengaruhi oleh faktor

keluarga dan faktor lingkungan. Seperti motif karena ingin menjadi kaum sosialita. Hal tersebut dipengaruhi oleh adanya motif tersebut. Dimana perempuan itu sudah sejak lama mengetahui tentang sosialita dan merasa iri dengan orang lain. Setiap dia melihat orang lain memakai barang yang bermerek dan dapat menarik perhatian orang lain dia merasa iri dan sirik. Sehingga ada dorongan dalam dirinya untuk menjadi seperti orang lain, ingin memiliki barang yang orang lain punya, ingin terlihat seperti orang yang status sosialnya tinggi, dan ingin menjadi kaum sosialita. Menjadi kaum sosialita juga untuk memenuhi keinginan dan untuk memberikan sebuah kepuasan baginya.

### **4.2.2 Makna Panjat Sosial pada Mahasiswa Kota Bandung**

Pada dasarnya setiap individu mempunyai pemahaman dan pengetahuan mereka sendiri. Dimana makna berasal dari pengalaman mereka sendiri. Komunikasi sebagai pertukaran makna, karena makna selalu ada di setiap orang yang mengirim pesan. Jadi makna bukan hanya kata-kata verbal dan non verbal, tetapi makna adalah pesan yang dimaksudkan oleh si pengirim pesan dan diharapkan dapat dimengerti oleh penerima pesan.

Makna media sosial dari masing-masing informan memiliki makna yang berbeda namun ada juga yang memiliki makna yang sama. Hal tersebut pada akhirnya mempengaruhi perilaku mereka walaupun tidak semua perilaku informan dalam penelitian ini dipengaruhi oleh makna media sosial, namun pada perilaku-perilaku tertentu informan merasa terdorong oleh prespsinya tentang makna media sosial.

Meninjau kembali fenomenologi sosial menurut Alfred Schutz bahwa dalam kehidupan masyarakat, setiap individu menggunakan simbol-simbol yang telah diwariskan padanya, untuk memberi makna pada tingkah lakunya. Makna

terbentuk dari tipikasi yaitu penyusunan dan bentuk tipe-tipe pengertian serta tingkah laku untuk memudahkan pengertian dari suatu tindakan.

Kemudian makna terbentuk berdasarkan hasil interpretasi melalui interaksi, komunikasi, tindakan serta situasi yang dijalankan oleh para pengguna media sosial ini. Hal ini membuat para pengguna media sosial menginterpretasikan makna media sosial sebagai hiburan dan mengekspresikan diri.

#### **4.2.3 Pengalaman Komunikasi pada Mahasiswa Kota Bandung**

Pengaruh lingkungan pergaulan yang tidak sehat, menyebabkan beberapa orang terpaksa mengikuti gaya hidup lingkungan sekitar. Seperti halnya memaksakan keadaan dan berusaha mengikuti gaya hidup yang high class seperti sosialita. Disanalah terkadang, remaja (terutama perempuan) terjebak sudut pandang dalam memahami rasa percaya diri yang berasal dari kualitas penampilan.

Dari penjelasan diatas dapat dipahami bahwa penampilan merupakan suatu ciri karena pelaku dari panjat sosial beranggapan bahwa dari penampilan tersebut mampu membuat dirinya diterima dalam kelompok sosial yang lebih tinggi. Alasan tersebutlah yang menjadikan para informan cenderung lebih memperhatikan penampilan dengan sangat *spesifik/detail*. Mulai dari gaya berbusana, sampai dengan gaya berbicara yang mendekati kelompok *high class*.

Untuk mencapai tujuan yang diinginkan, para pelaku panjat sosial juga berusaha untuk *manage* segala bentuk komunikasi selama proses interaksi sosial berlangsung. Pada saat itu, kegiatan komunikasi yang dilakukan diarahkan untuk memenuhi kepentingan diri sendiri yakni untuk mendapatkan pengakuan status sosial yang diinginkan.

## **5. Kesimpulan dan Saran**

### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka peneliti dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Motif sebagai keinginan menjadi kaum sosialita dan mencari popularitas berdasarkan informasi yang ada di lapangan bahwa seseorang menjadi seorang panjat sosial karena adanya latar belakang dari keluarga yang biasa saja mereka malu untuk bersosialisasi dengan orang lain dan lingkungan tempatnya berkumpul seperti teman, dan lingkungan di sekitarnya. Orang yang memang sudah terlahir sebagai orang kaya berhak untuk melakukan apa yang mereka inginkan. Sebab itulah mereka menjadi kaum sosialita. Tetapi tidak dengan seorang panjat sosial yang memaksakan diri agar mereka terlihat seperti kaum sosialita dengan merubah penampilan mereka dan menggunakan barang-barang bermerek. Menjadi populer karena ingin merasa dihargai, diakui dan diterima oleh kelompok tertentu dengan melakukan segala cara seperti seringnya mengunggah atau memposting kegiatan sehari-harinya di media sosial. Alasan yang mendasari dari motif adalah ingin menjadi sebuah pusat perhatian banyak orang, diakui dan diterima oleh orang lain, dan lebih percaya diri membuat motif untuk menjadi seorang panjat sosial menjadi kuat.
2. Informan mengkonstruksi makna berdasarkan pengalamannya selama menggunakan media sosial. Dengan adanya media sosial bisa menghilangkan jenuh, bete, meluapkan isi hati. Mereka memaknai media sosial sebagai hiburan, dan mengekspresikan diri.
3. Pengalaman komunikasi di bagi menjadi tiga yaitu selektif interaksi sosial, postingan di media sosial dan interaksi secara langsung. Selektif

interaksi sosial, misalnya berteman dengan orang-orang tertentu, berbaur dengan semuanya tanpa pilih-pilih teman. Postingan di media sosial adanya maksud tertentu saat mereka memposting di media sosial. Interaksi secara langsung yang mereka bicarakan selama berkumpul dengan teman-temannya, ada yang bercanda, membicarakan hal yang tak tentu, membicarakan barang bermerek, makanan, tempat.

## 5.2 Saran

1. Agar bisa diterima dalam kelompok, lingkungan serta masyarakat tidak harus menjadi orang lain dan tidak percaya diri sehingga menjadi pribadi seperti seorang panjat sosial. Jadilah diri sendiri tetap berusaha untuk mewujudkan apa yang kita inginkan dengan cara yang baik. Jika ingin menjadi seorang panjat sosial jadilah panjat sosial yang positif, panjat sosial yang bisa sukses dan bisa meraih prestasi karena usaha dan kerja keras kita sendiri, dari pribadi kita yang sebenarnya.
2. Bagi pengguna media sosial, jadilah pengguna yang cerdas yang bisa memilah mana yang harus diunggah dan mana yang tidak. Memainkan media sosial seperlunya saja jangan sampai lupa waktu dan melalaikan tugas atau pekerjaan yang lainnya.
3. belajarlah membentuk atau menemukan jati diri dengan tidak
4. mengikuti gaya hidup orang lain sehingga memberikan efek kebohongan terhadap diri sendiri karena akan menimbulkan ketidakpercayaan terhadap diri sendiri Karena panjat sosial adalah salah satu cara untuk menutupi status sosial diri yang sesungguhnya.
5. Coba lah memamerkan beberapa prestasi yang mungkin bisa menjadi kebanggaan untuk banyak orang bukan berpose dengan memamerkan

kemewahan atau pergaulan yang menurutnya itu layak untuk di perlihatkan kepada masyarakat luas.

6. Kenali kebutuhan mu jauhi keinginan mu maka jalanmu tak akan tersesat karena ketika seseorang bisa mengenali kebutuhan maka bisa menjadikan pribadi yang lebih baik sehingga seseorang tidak akan memandang dirinya sebelah mata.
7. Mengurangi kebiasaan mem posting hal yang tidak baik, pose pose yang mengundang hal hal negatif kepada banyak orang dan mengurangi kebiasaan mengonsumsi barang branded untuk meningkatkan status sosial tanpa memikirkan status finansialnya.

## 6. Daftar Pustaka

### Buku

- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press
- Effendy, Onong Uchjana. 2001. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung ; PT. Remaja Rosdakarya
- Meleong, Lexy J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*; Bandung; PT. Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Persepektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Soekanto, Soerjono, (2007). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Sugiyono, 2010. *Memahami Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Alfabeta

### Skripsi

- Permatasari, Utari.2013.*Komunikasi Dalam Dramaturgi Pribadi "Social Climber" Pada Kelompok Pergaulan di Kemang Jakarta*. Skripsi Sarjana. Ilmu Hubungan Masyarakat.Perpustakaan Universitas Esa Unggul. Jakarta
- Meita, Dwistyatning.2015.*Manipulasi Social Climber di dalam Kelompok Sosialita di Kota Padang*. Skripsi Sarjana. Ilmu Komunikasi. Universitas Andalas. Padang.  
<http://scholar.unand.ac.id/3957/>
- Jayati, Nadya Ayu.2015.*Komunikasi Kelompok Social Climber pada Kelompok Pergaulan di Surabaya Townsquare (Sutos)*. Skripsi Sarjana. Ilmu Komunikasi. Universitas Kristen Petra. Surabaya.