KONSTRUKSI MAKNA SOSIALITA BAGI KALANGAN SOSIALITA

DI KOTA BANDUNG

(Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Makna Sosialita Bagi Kalangan Sosialita Di Kota Bandung)

CITRA ABADI

NIM. 41809152

ABSTRAC

The purpose of this research is to find out how the meaning construction of socialite for socialites in Bandung as a study of phenomenology about meaning construction of socialite for socialites in the city. Sub focus of this research covers up social values used, motivation of being a socialite, artifactual message used, and experience as a socialite.

This research applies qualitatif approach with the method of phenomenology, while the technique of collecting data is by documentation, deep interview, library research, observation, and searching data online. There are six research informants, four main informants, and two supporting informants with the use of purposive sampling technique. The technique of data analysis covers up data reduction, data collection, data presentation, conclusions, and evaluation. Validity testing of the data is through data triangulation, references, and member check.

The result of this research is as the following. ***Social values*** *used as a directive to mean socialite is information from result of interaction between social environment and experiences since those give knowledge about the meaning of socialite for socialites.* ***Motivations of being a socialite*** *are wanting to be known with high social status by many people, to be exist for personal interest such as for bussiness, relation, etc, and to be an influential positive person for others.* ***Artifactual message*** *used is the appearance with elegant dresses and diamond as the characteristic of socialite.* ***Experience as socialite*** *is working with certain people in events for party, brand launching, and being a guest star. In addition, it is to found organization that is to make positive contribution for social environment.*

The conclusion of this research is that the meaning construction for socialites at the moment is based on the values that they set subjectively. It is why the meaning of socialite is interpreted differently by each person. The broad outline is that the meaning of socialite now has changed because it is influenced by limited knowledge and experiences.

The researcher suggests that, with all the limited knowledge that we have, we should be more careful and critical about all that we accept from outside. Although they all give the same thing, it does not necessarily has a valid truth. Therefore, we should be wiser in understanding new things, especially about the phenomenon of socialite.

Keywords :Meaning Construction, Socialite

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sosialita merupakan sebuah fenomena yang menjadi wacana di berbagai kalangan masyarakat. Tidak hanya pada kalangan kelas ekonomi atas, tetapi wacana tentang sosialita saat ini juga sampai pada kalangan masyarakat menengah kebawah. Ketika mendengar kata sosialita, hal yang sering muncul dalam pikiran masyarakat tidak jauh dari barang-barang mewah, *branded*, jalan-jalan keluar negeri, arisan dengan nominal mencapai ratusan juta rupiah.

Jika kita bandingkan makna sosialita dulu dengan makna sosialita saat ini terdapat perbedaan yang sangat menyimpang. Makna dulu yang mengatakan bahwa sosialita itu lebih di identik dengan bangsawan yang dermawan, tetapi saat ini sosialita cenderung dilihat sebagai kelompok orang yang hidup berfoya-foya dengan gaya hidup yang fantastis dan saling mempertahankan gengsi dengan barang-barang mahal saat pertemuan diantara mereka.

Terjadinya pergeseran makna yang ada pada saat ini, dalam hal ini adalah tentang sosialita, tidak terlepas dari bagaimana proses komunikasi itu terjadi. Ketika pemahaman tentang makna yang ada saat ini tidak sesuai dengan makna dulu, hal tersebut membuktikan bahwa ada sebuah problema yang membuat makna tentang sosialita saat ini berbeda.

Terjadinya perbedaan makna sosialita saat ini erat kaitannya dengan konstruksi makna yang di bentuk oleh masyarakat. Konstruksi makna adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensor mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka. Pembentukan makna adalah berfikir, dan setiap individu memiliki kemampuan berfikir sesuai dengan kemampuan serta kapasitas kognitif atau muatan informasi yang dimilikinya.

Pemaknaan yang dimiliki oleh sosilita yang ada saat ini, tidaklah sama. Banyak pemahaman yang ada dalam pemikiran seseorang. Pemahaman yang salah akan memberikan dampak yang tidak baik bagi diri dia sendiri. Dalam memaknai suatu hal, individu diperlukan memiliki suatu dasar yang dijadikan

sebagai sebuah nilai dalam mendorong individu untuk mengkonstruksi sebuah makna.

Dengan adanya nilai yang dijadikan sebagai pedoman untuk memaknai makna sosialita, nilai tersebut akan mempengaruhi individu dalam bertindak kedepannya. Dengan hal tersebut dan interpretasi yang dilakukan oleh individu, memunculkan sebuah motif dalam diri individu. Motif seseorang untuk menjadikan diri dia menjadi sosialita tidaklah sama. Artinya tentu ada sebuah tujuan yang mereka inginkan menjadi sosialita dan kenapa mereka menjadi sosialita. Apakah itu untuk diri dia sendiri ataukah untuk kepentingan lain yang ada di lingkungan sekitarnya? Disamping itu pesan artifaktual yang digunakan oleh sosialita perlu untuk dibahas. Pesan artifaktual merupakan pengungkapan-pengungkapan melalui penampilan dalam menunjukkan identitas diri.

Seorang sosialita tentu mereka melakukan sebuah perwujudan dengan kegiatan atau pengalaman yang sudah mereka lakukan selama mereka menjadi sosialita. Namun apakah pengalaman yang mereka lakukan tersebut sudah mengartikan makna sosialita sesungguhnya? Bahkan dengan banyaknya pengalaman yang mereka lakonai serta kegiatan yang mereka lakukan akan memberikan mereka pengetahuan lain baik itu tentang makna sosialita yang dipahami, ataupun makna sosialita yang di pahami oleh orang lain. Karena pada saat tersebut, mereka akan berhubungan dengan orang lain, mugkin ada yang lebih tahu tentang sosialita atau mungkin orang yang salah dalam memaknai arti sosialita.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada judul penelitian diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana konstruksi makna sosialita bagi kalangan sosialita di Kota Bandung . Berdasarkan rumusan masalah itu, peneliti dapat mengambil 4 pertanyaan mikro yang dikenal sebagai identifikasi masalah dalam penelitian ini.

Adapun indentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana nilai sosial yang digunakan oleh kalangan sosialita di Kota Bandung ?

2. Bagaimana motif menjadi sosilita bagi kalangan sosialita di Kota Bandung ?
3. Bagaimana pesan artifaktual yang digunakan oleh kalangan sosialita di Kota Bandung ?
4. Bagaimana Pengalaman menjadi sosialita bagi kalangan sosialita di Kota Bandung ?

II. METODE PEELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dengan paradigma konstruktivisme, sebagaimana diungkapkan oleh Deddy Mulyana yang di kutip dari bukunya Metodologi Penelitian Kualitatif.

"Metode penelitian kualitatif dalam arti penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau metode statistik. Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubah menjadi entitas-entitas kuantitatif." (Mulyana, 2003:150)

Pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasil kan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat, dan atau organisasi tertentu dalam suatu setting konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif, dan holistik.

3.2.1 Desain Penelitian

Adapun studi penelitian ini adalah secara Fenomenologi. Menurut Lexy Moleong dalam buku Metode Penelitian Kualitatif, menyatakan : "Fenomenologi merupakan pandangan berpikir yang menekankan pada fokus kepada pengalaman-pengalaman subjektif manusia dan interpretasi-interpretasi dunia". (Moleong, 2007:15)

Fenomenologi Schutz (dalam Mulyana, 2004:62) adalah pemahaman atas tindakan, ucapan, dan interaksi yang merupakan prasyarat bagi eksistensi sosial siapapun. Dalam setiap situasi fenomenologis, waktu dan historis yang secara unik menempatkan individu, kita memiliki dan menerapkan persediaan

pengetahuan (*stock knowledge*) yang terdiri dari semua fakta, kepercayaan, keinginan, prasangka, dan aturan yang kita pelajari dari pengalaman pribadi dan pengetahuan siap pakai yang tersedia bagi kita di dunia yang kedalamnya kita lahir.

Metode fenomenologi berusaha menggambarkan makna dari pengalaman hidup beberapa individu mengenai konsep fenomena yang dialaminya. Kaum penganut fenomenologis berusaha mempelajari struktur kesadaran dalam pengalaman individu.

Analisis fenomenologis memiliki banyak cara pandang melihat suatu fenomena. Pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis fenomenologi sosial yang dikembangkan Alfred Schutz. Schutz adalah seorang pengacara, orang bisnis dan filsuf yang lahir dan besar di Wina, Austria. Karyanya yang paling komperhensif adalah Phenomenology of Social Word (1967) dan Reflection on the Problem of Relevance, 1970 (Basrowi dan Sudikin, 2002:31).

Berdasarkan pengertian di atas, dengan penelitian ini peneliti bermaksud mendapatkan semua informasi dari kalangan sosialita di Kota Bandung. Semua fakta, keinginan, prasangka, yang didapatkan dari informan akan digunakan dalam menganalisis fenomena yang terjadi. Tugas peneliti dalam penelitian ini adalah mengkontruksi dunia kehidupan manusia "sebenarnya" dalam bentuk yang individu alami dengan cara berinteraksi secara langsung dengan informan yaitu kalangan sosialita di Kota Bandung yang sudah peneliti tentukan..

Menurut Schutz (dalam Mulyana, 2004:81) dalam interaksi sosial berlangsung pertukaran motif, proses pertukaran motif para aktor dinamakan *the reciprocity of motives.* Melalui interpretasi terhadap tindakan orang lain, individu dapat mengubah tindakan selanjutnya untuk mencapai kesesuaian dengan tindakan orang lain. Agar dapat melakukan hal itu individu dituntut untuk mengetahui makna, motif, atau maksud dari tindakan orang lain. Motif dalam perspektif fenomenologi menurut Schutz adalah konfigurasi atau konteks makna yang tampak pada aktor sebagai landasan makna perilakunya.

Schutz adalah seorang pelopor yang menerapkan fenomenologi pada kehidupan sosial. Schutz meneliti peristiwa sosial, seperti komunikasi, dari perspektif mereka yang berpartisipasi di dalamnya. Schutz menganggap bahwa tidak mungkin kita dapat memperoleh kebenaran universal untuk menggambarkan tingkah prilaku manusia. Satu-satunya yang bisa didapatkan

adalah kebenaran spesifik yang terbentuk disuatu masyarakat dan kita akan tercengang kemudian karena keragaman atau keunikan dari masyarakat tersebut.

Schutz sangat percaya bahwa lingkungan sosial sangat berpengaruh terhadap kontruksi individu terhadap realitas. Schutz mencoba mengatakan bahwa realitas bagi individu sangat bergantung pada apa yang dipelajari indiidu itu dalam proses interaksi sosial atau budaya yang terjadi (Djuarsa, 1994: 375-376). Tidak ada yang inheren dalam suatu objek sehingga ia menyediakan makna bagi manusia. Individu memilih, memeriksa, berfikir, menafsirkan stimulasi yang dihadapinya dalam sebuah proses pembentukan makna. Bukan sebagai proses penerapan makna yang disepakati, melainkan pembentukan makna. Dalam proses inilah terlihat keunikan individu dalam membangun konstruksi realitas yang berbeda, pengalaman yang berbeda, bahkan terhadap stimuli yang sama.

Pada akhirnya tindakan yang dihasilkan akan berbeda karena pengalaman yang diperolehnya berbeda pula. Kecenderungan untuk keselarasan atau konsensus bagi masyarakat yang bersangkutan. Blumer melihat tindakan kelompok atau struktur sosial sebagai hasil dari kumpulan tindakan individu (Poloma, 2000:262) siklusnya berjalan terus, individu membentuk konsensus pemaknaan simbol. Konsensus akan mempengaruhi pengalaman individu, pengalaman akan memengaruhi tindakan individu dan berulang lagi.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

1. Studi Pustaka
    - Studi Kepustakaan
    - Penelusuran Data Online *(Internet Searching)*
    - Dokumentasi.
2. Studi Lapangan
    - Wawancara Mendalam *(Indepth Interview)*
    - Observasi Partisipan

3.2.3 Teknik Analisis Data

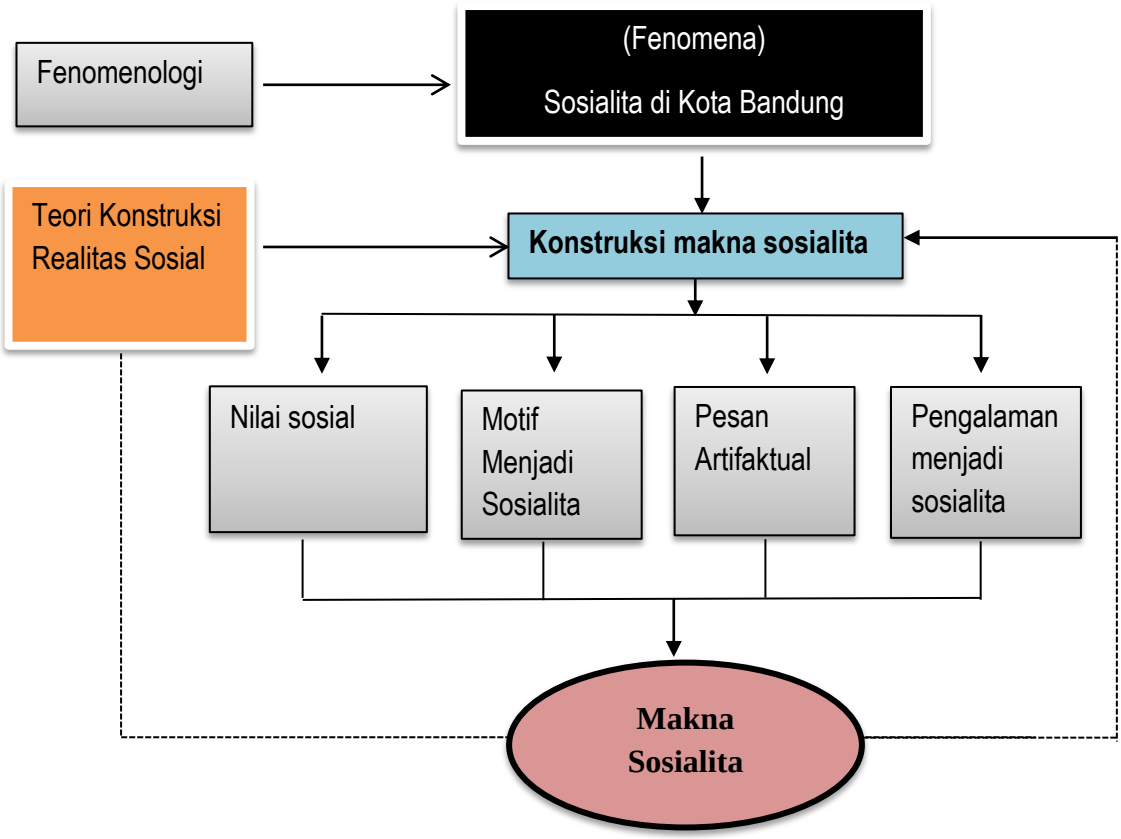
1. **Reduksi Data** (*Data reduction*) : Kategorisasi dan mereduksi data, yaitu melakukan pengumpulan terhadap informasi penting yang terkait dengan masalah penelitian, selanjutnya data dikelompokkan sesuai topik masalah.

2. **Pengumpulan Data** (*Data collection*): Data yang dikelompokkan selanjutnya disusun dalam bentuk narasi-narasi, sehingga berbentuk rangkaian informasi yang bermakna sesuai dengan masalah penelitian.
3. **Penyajian Data** (*Data Display*): Melakukan interpretasi data yaitu menginterpretasikan apa yang telah diinterpretasikan informan terhadap masalah yang diteliti.
4. **Penarikan Kesimpulan (***Conclusion Drawing/verification*): Pengambilan kesimpulan berdasarkan susunan narasi yang telah disusun pada tahap ketiga, sehingga dapat memberi jawaban atas masalah penelitian.
5. **Evaluasi** yaitu melakukan verifikasi hasil analisis data dengan informan, yang didasarkan pada kesimpulan tahap keempat.

III. PEMBAHASAN

Sebelum membahas tentang pembahasan penelitian ini peneliti ingin membuat model penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Adapaun model kerangka pemikiran tersebut adalah sebagai berikut.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Konseptual



Sumber: Aplikasi Peneliti. 2013

Dalam kerangka ini, sosialita merupakan sebuah fenomena yang menjadi sebuah realitas. Kalangan sosialita tersebut memiliki makna tentang sosialita sesuai dengan pemahaman masing-masing. Untuk mengetahui makna tersebut, akan dilihat dari berbagai sub fokus pembahasan, mulai dari nilai sosial yang ada di lingkungan sosial mereka, motif menjadi sosialita, pesan artifaktual yang digunakan sebagai wujud pemaknaan sosialita dan pengalaman yang telah dilakukan sebagai seorang sosialita. Dengan pembahasan itu peneliti akan melihat pembentukan makna yang mereka miliki tentang makna sosialita.

Hasil dan Pembahasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Nilai sosial yang digunakan oleh kalangan sosialita di Kota Bandung

Nilai sosial yang ada di kehidupan informan adalah suatu hal yang menjadi dasar utama bagi mereka untuk membentuk makna sosialita. Nilai-nilai tersebut berbentuk informasi dari sebuah objek (orang lain, media) dan juga berbentuk sebuah pengalaman saat berhubungan atau berinteraksi dengan lingkungannya. Dengan nilai itu akan mendorong informan pada sebuah step kehidupan yang lebih jauh lagi.

Nilai sosial yang ada di diri mereka tidak terlepas dari apa yang mereka dapatkan dari interaksi yang dilakukan, baik itu dengan orang lain, pemberitaan dari media dan juga berasal dari pengalaman saat berhubungan dengan dunia sosialita. Namun pengalaman disini saat mereka belum menjadi sosialita, dan pengalaman tersebut memberikan pengetahuan tentang arti sosialita.

Nilai tersebut memberikan meraka informasi dan di jadikan sebagai pengetahuan tentang sosialita, yang mereka dapatkan dari hasil interaksi dengan lingkungan sosialnya. Seperti komunikasi dengan orang lain, media, dan juga pengalaman yang dilakoni. Namun perlu untuk kita ketahui bahwa sumber sumber tersebut tidak selamanya memberikan sesuatu yang benar. Nilai itu terdapat di dalam sebuah objek yang harus kita cermati dengan baik. Nilai sebuah objek itu berada pada diri kita yang menilainya. Jadi nilai yang ada dikalangan sosialita adalah nilai sosial yang abstrak yang dijadikan sebagai suatu dasar untuk menentukan dan merumuskan tentang arti sosialita dan akan mempengaruhi perilaku kita nantinya.

2. Motif Menjadi Sosialita

Dalam hasil itu peneliti menginterpretasikan bahwa motif "untuk" seseorang menjadi sosialita di pengaruhi oleh kognisi atau pengetahuan dia tentang arti sosialita yang dia pahami dari nilai-nilai yang ada di lingkungan sosialnya.

Dalam pembahasan ini hasil observasi tentang motif seseorang menjadi sosialita beraneka ragam, mulai dari ingin dikenal oleh banyak orang dengan status sosial yang tinggi, ingin berkenalan dengan banyak pengusaha, anak pejabat, pejabat dan ingin memiliki banyak *networking* serta juga menjadi orang yang berpengaruh bagi orang lain.

Namun tidak menutup kemungkinan status sosialita yang dimiliki seseorang dimanfaatkan untuk mencari sebuah "hal tertentu". Bukan berburuk sangka, akan tetapi hati dan pikiran seseorang siapa yang tahu. Apalagi dia berada dalam sebuah lingkungan yang memiliki tujuan yang lebih luas lagi. Berbuat baik dengan menggunakan harta kekayaan atau nama baik yang dimiliki adalah sebuah hal yang positif. Bagi masyarakat yang langsung berhubungan dengan orang-orang tersebut, hal ini adalah sesuatu yang perlu kita syukuri karena masih ada orang yang mau berbuat baik kepada banyak orang. Hal tersebut harus kita hargai dan harus kita berikan apresiasi yang baik kepada orang-orang tersebut. Namun jika seandainya mereka memafaatkan hal tersebut untuk mencari jalan bagi dia guna mencari sesuatu yang lebih lagi, contonya sebagai calon pemimpin atau calon wakil rakyat. Hal tersebut tidak jarang kita temukan pada saat ini.

Upaya pencitraan yang dilakukan kepada masyarakat bisa dilakukan oleh kalangan sosialita yang ingin mencari suatu hal tertentu. Dengan mengadakan kegiatan sosial dengan dana pribadi hal tersebut bisa saja dijadikan sebuah upaya pencitraan untuk menarik simpati masyarakat.

3. Pesan Artifaktual Yang Di Gunakan Sebagai Sosialita

Pesan artifaktual yang digunakan oleh sosialita digunakan untuk menunjukan jati diri mereka sebagai sosialita. Menggunakan barang-barang tertentu tidak tanpa dasar atau alasan yang jelas, akan tetapi mereka menggunakan hal tersebut memiliki tujuan tersendiri. Berlian digunakan sebagai jati diri untuk menunjukan sebagai

sosialita, berlian dikatakan sebagai perhiasan yang tidak biasa. Berlian adalah simbol kemewahan. Mobil mewah yang harganya sampai ratusan juta rupiah digunakan sebagai bentuk kekayaan yang di simbolkan.

Dalam hal ini sosialita di Kota Bandung mengekspresikan secara simbolik pada penampilan mereka apa yang mereka pahami tentang sosialita sebelumnya. Tidak secara berlebihan namun mereka memiliki ciri tersendiri dengan menggunakan berlian dan mobil mewah sebagai wujud status sosialita yang mereka pahami.

Selain itu ada juga sosialita yang tidak berusaha untuk menunjukan status sosialita yang dia miliki dengan menggunakan barang-barang yang seperti itu. Lebih dari informan lain bisa dia lakukan, tetapi dia berpikir sosialita tidak diwujudkan ke dalam hal seperti itu. Akan tetapi bukti konkrit kepada masyarakat luas bukan bagi kelompok tertentu yang juga memberikan *income* tersendiri bagi kita sebagai sosialita.

4. Pengalaman Menjadi Sosialita

Sosialita yang hanya memahami sebagai sebuah status sosial dengan gaya hidup mewah, hal ini akan cenderung memberikan mereka pengalaman yang tidak jauh dari hal yang bertujuan untuk mengikuti gaya hidup tersebut, berbelanja, liburan untuk mencari sebuah kepuasan. Selain itu pengalaman lain yang dialami adalah menjadi *guest* atau tamu spesial dalam sebuah acara khususnya *party* di club. Dengan hadirnya sosialita dalam acara tersebut akan memberikan sebuah keuntungan tersediri bagi pembuat acara atau pemiliki perusahaan karena band atau popularitas dari acara tersebut menjadi naik. Tidak hanya sebagai tamu khusus untuk menaikan brand acara tersebut, tetapi lebih dari itu. Sosialita tersebut ikut berperan dalam acara yang dilakukan khususnya sebagai *host*.

Sebagian dari mereka, pengalaman yang bersifat sosial kepada orang lain dilakukan bukan sebagai prioritas utama sebagai sosialita. Tetapi hal itu dilakukan sesuai keinginan sendiri pada saat momen yang tepat. Namun bagi sosialita lainnya, pengalaman yang telah dilakukan sebagai sosialita adalah dengan membuat sebuah organisasi yang bertujuan untuk memberikan bantuan kepada orang yang

membutuhkan. Hal ini dilakukan dengan cara mempersuasi orang kalangan atas, seperti pejabat, pengusaha lainnya untuk berbuat baik kepada orang lain.

IV. KESIMPULAN

1. **Nilai Sosial** yang ada di kalangan sosialita merupakan sebuah hal yang didapatkan dari lingkungan sosial dan dijadikan sebagai suatu dasar atau patokan untuk merumuskan makna sosialita bagi dirinya. Nilai tersebut berupa informasi-informasi yang didapatkan dari hasil interkasi dengan lingkungan sosial yang meliputi komunikasi dengan orang lain, kelompok, komunikasi dengan media masa dan pengalaman secara pribadi. hal ini akan mendorong kalangan sosialita untuk berperilaku kedepannya.

   Namun pada kenyataannya, nilai-nilai yang ada di kehidupan kita saat ini termasuk nilai yang berkaitan dengan sosialita belum bisa dijadikan sebagai dasar utama dalam mengkonstruksi makna sosialita. Nilai sosial yang ada merupakan ciptaan manusia. Hasil dari interpretasi oleh setiap individu. Nilai tersebut belum tentu memberikan kita pengetahuan yang sedemikian rupa. Baik itu nilai yang kita dapatkan dari interaksi dengan orang lain, media sebagai sumber informasi bahkan pengalaman kita sendiri. Akan tetapi hal ini bisa kita hindari dengan cara membuka diri kita dengan hal yang baru, menggunakan banyak referensi, dan berpikir dengan mind set terbuka.

2. **Motif menjadi sosialita**. Motif menjadi sosialita di bagi menjadi 2 hal yaitu motif untuk dan motif karena. Motif “untuk” kenapa sosialita ingin disebut sosialita dan menjadi sosialita adalah untuk ingin memberikan sebuah kepuasan kepada diri sendiri dengan dikenal sebagai orang yang memiliki status sosial yang tinggi lengkap dengan gaya hidup glamour, branded dsb. Tidak sampai disitu keinginan untuk eksis juga merupakan motif lain menjadi

sosialita. Dengan eksisnya mereka bisa memiliki banyak relasi yang bisa memberikan manfaat tersendiri bagi kehidupannya. Motif yang cenderung berbeda adalah untuk menjadi ikon bagi orang lain dalam memberi pengaruh baik.

Sedangkan motif karena adalah motif yang didasarkan dari pengalaman . mereka. Pengalaman tersebut memberikan pengetahuan tentang sosialita. Pengalaman yang sudah mereka alami membuat mereka ingin merasakan dan menikmati hal yang sama dengan sosialita lainnya. Pengalaman tersebut diantaranya adalah pengalaman saat berinteraksi dengan sosialita lainnya, serta melihat dan mendengar tentang sosok sosialita.

3. **Pesan Artifaktual** yang digunakan oleh sosialitapun tidak sama. Pesan artifaktual ini dijadikan sebagai cara untuk menunjukan jati diri mereka sebagai seorang sosialita.

   Mengikuti *trend* saat ini dari segi pakaian *gadget* dsb adalah sebuah upaya yang dilakukan oleh kalangan sosialita untuk menunjukan jati diri kepada orang lain. Selain itu Pengunaan berlian atau *diamonds* dipilih karena berlian di anggap sebagai perhiasan yang tidak biasa dan memiliki unsur mewah. Mobil mewah sekelas Mercy juga dijadikan sebagai simbol untuk memberikan pesan kepada orang lain. Namun tidak semua sosialita menunjukan hal itu sebagai jati diri. Karena sosialita lainnya memahami makna sosialita sebagai sebagai sebuah status yang diperuntukan kepada orang yang smart, memiliki sosok kuat untuk menggerakan orang lain untuk hal yang lebih baik. Sosialita bukan dilihat dari apa yang dia kenakan tetapi apa yang sudah dia perbuat untuk orang lain dan harus berguna bagi orang lain.

4. **Pengalaman menjadi sosialita** tentu tidaklah sama diantara satu sosialita dengan sosialita lainnya. Pengalaman tersebut ada yang memiliki ruang lingkup yang sempit dan ada yang memiliki ruang lingkup yang luas. Pengalaman yang mereka alami tidak terlepas dari apa yang sudah menjadi dasar utama dalam pemikiran mereka tentang arti sosialita. Sosialita yang hanya memahami sebagai sebuah status sosial dengan gaya hidup mewah, hal ini akan cenderung memberikan mereka pengalaman yang tidak jauh dari hal yang bertujuan untuk mengikuti gaya hidup tersebut, berbelanja, liburan untuk mencari sebuah kepuasan.

   Selain itu pengalaman lain yang dialami adalah menjadi *guest* atau tamu spesial dalam sebuah acara khususnya *party* di club. Dengan hadirnya sosialita dalam acara tersebut akan memberikan sebuah keuntungan tersediri bagi pembuat acara atau pemiliki perusahaan karena band atau popularitas dari acara tersebut menjadi naik. Tidak hanya sebagai tamu khusus untuk menaikan brand acara tersebut, tetapi lebih dari itu. Sosialita tersebut ikut berperan dalam acara yang dilakukan khususnya sebagai *host*.

   Sebagian dari mereka, pengalaman yang bersifat sosial kepada orang lain dilakukan bukan sebagai prioritas utama sebagai sosialita. Tetapi hal itu dilakukan sesuai keinginan sendiri pada saat momen yang tepat. Namun bagi sosialita lainnya, pengalaman yang telah dilakukan sebagai sosialita adalah dengan membuat sebuah organisasi yang bertujuan untuk memberikan bantuan kepada orang yang membutuhkan. Hal ini dilakukan dengan cara mempersuasi orang kalangan atas, seperti pejabat, pengusaha lainnya untuk berbuat baik kepada orang lain.

- **DAFTAR PUSTAKA**

A. BUKU-BUKU

Ardianto, Elvinaro.2011. *Filsafat Ilmu Komunikasi*, Bandung. PT. Remaja Rosdakarya

Ardianto, Elvinaro.2016. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Bandung. Simbiosa Rekatama Media

Bungin, Burhan. 2001. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Raja Grapindo Persada.

Effendy, Onong Uchjana. 1990. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prak*tik. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Gromada, Jennifer (2009), Introduction, *Modernism/Modernity*, Vol. 16 No. 3, hal. 599-600, Johns Hopkins University Press, Baltimore.

Hikmat M Mahi, 2010. *Komunikasi Politik. Bandung* : Simbiosa Rekatama Media.

Kuswarno, Engkus. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjajaran

Littlejohn, Stephen W. 1996. *Theories of Human Communication*. USA: Wadsworth Publishing Company.

Moleong, J. Lexy. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy, 2005, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. & Solatun. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaluddin. 1985. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya CV.

Rakhmat, Jallaludin. 2007. *Psikologi Komunikasi* . Bandung: PT remaja Rosdakarya.

Rosma, Joy & Nadya Mulya. 2013. *Kocok " The Untold Stories of Arisan Ladies and Socialites*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.

Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung; Alfabeta.

Suparno, Paul. 1997. *Filsafat Konstruktivisme Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: Kanisus (Angoota IKAPI)

Wiryanto, 2005, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

B. INTERNET

Hadriani (2013), *"Syarat Jadi Sosialita Sesungguhnya"*, http://www.tempo.co/read/news/2013/04/28/219476350/Syarat-Jadi-Sosialita-yang-Sesungguhnya, diakses pada 10 Juli 2013.

http://entertainmentgeek-jimmy.blogspot.com/2011/10/sosialita-orang-berduit-atau-orang-yang.html

http://female.kompas.com/read/2011/04/07/12394776/Malinda.Dee..Sosialita.yang.Salah.Kaprah

http://kamusslang.com/arti/sosialita

http://id.answers.yahoo.com/question/index?qid=20111220173158AAb0yak

http://women.loveindonesia.com/en/news/detail/1663/balutan-glamour-seksi-dari-sang-sosialita-gita

http://www.tipsmencarijodoh.com/blog/makalah-mengenai-sosialita.html

C. KARYA ILMIAH

Marta, suci. 2012. *Konstruksi Makna Merantau Bagi Mahasiswa Perantau* . Bandung. Program Sutdi Ilmu Humbungan Masyarakat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran