

FENOMENA SOCIAL CLIMBER PADA MAHASISWA DI KOTA PEKANBARU

Oleh : Erviandy Setia Dharma

Email : Erviandi.ds@gmail.com

Pembimbing : Dr. Welly Wirman, S.IP, M.Si

Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax 1761-63277

ABSTRACT

This research is motivated by a phenomenon that is happening among students, the behavior of student social climber is very prevalent in increasingly modern times. Social climber behavior is a person who seeks an recognition of their status and a higher social status than the actual status. Thus students can create or increase their social status. This research was conducted to determine the motives, meanings and communication experiences of Social climber Students in Pekanbaru City. The purpose of this study was to determine the Social climber Phenomenon of Students in Pekanbaru City which can be seen from the motives, meanings and communication experiences of social climber students.

This research method uses a qualitative descriptive method. The subjects of this study were social climber students in Pekanbaru City. While the object of this research is a point of attention of a study, namely regarding the phenomenon of social climber in students in the city of Pekanbaru by identifying the motive, meaning and experience of communication. The data collection techniques used were interviews, observation and documentation. The data analysis technique used an interactive data analysis model. In achieving the validity of the data in this study, the authors used participation extension and triangulation.

The results showed that the social climber students in the city of Pekanbaru had social climber students' motives in the form of past motives (wanting to be rich and influencing the social environment) and future motives (wanting to be considered rich people to get social status recognition). The meaning of social climber for students is popularity and luxury lifestyle. The communication experience of a social climber student is a pleasant communication experience (after becoming a social climber, i.e. more friends and inner satisfaction) and an unpleasant communication experience (before becoming a social climber, which is getting ridicule from others and after becoming a social climber, i.e. getting ridicule from others, negative comments on social media and conflicts with friends).

Keywords : Fenomena, Mahasiswa , Social climber.

PENDAHULUAN

Perilaku manusia pada zaman sekarang memiliki beragam gaya dan pola kehidupan yang berbeda-beda. Tidak jarang perilaku manusia memiliki ketertarikan hidup yang lebih mewah agar dapat diterima masyarakat luas, baik dalam segi berbicara, cara berperilaku, cara mereka menempatkan diri dalam suatu kelompok dan cara mereka berkomunikasi. Pada saat ini tidak menutup kemungkinan seseorang memiliki rasa keingintahuan yang sangat tinggi. Pola hidup yang keras dan pergaulan yang sangat luas diperkotaan menjadikan tolak ukur yang tajam untuk setiap orang agar mereka dapat diterima dimasyarakat. Berbagai macam cara yang bisa dilakukan oleh masyarakat ketika mereka tidak puas akan status sosial yang mereka miliki pada saat ini. Dari ketidakpuasan itu terkadang mereka memikirkan bagaimana merubah status sosialnya baik dengan cara yang positif maupun yang negatif. Setiap orang memiliki sifat yang berbeda-beda, ada yang merasa dirinya biasa saja dan menerima keadaan yang sederhana, ada juga yang merasa tidak percaya diri saat bertemu dengan teman-teman yang mungkin gaya hidupnya lebih tinggi dari mereka. Lingkungan masyarakat kita yang menjadikan adanya penggelompokan status sosial rendah, sedang atau tinggi.

Akibatnya masyarakat menjadi semakin cenderung bergaya materialis yang cenderung mendominasi gaya hidup pada masa kini. Kehidupan yang hanya mementingkan hal-hal jasmani diprioritaskan tanpa lagi memperdulikan sisi kebutuhan spiritualitasnya. Dengan berlomba-lombanya orang di masa kini menampilkan kehidupan yang berbalut kemewahan dan menonjolkan hal material di publik, membuat sebagian orang untuk melakukan apa saja walau secara kematangan ekonomi mereka tidak mampu. Tetapi demi terlihat di publik, maka dicitrakanlah dirinya sekaya dan semewah mungkin. Orang yang ekonominya pas-pasan namun menonjolkan diri di publik dengan berbalutkan kemewahan serta

bersikap pamer terhadap yang ia miliki. Maka fenomena tersebut dapat memperlihatkan seseorang sebagai pelaku *social climber*.

Social climber berasal dari kata "*social climbing*" yang mempunyai arti perpindahan kedudukan status social seseorang dari status social yang rendah ke status sosial yang lebih tinggi. Jadi, *Social climber* merupakan suatu istilah dari sosiologi komunikasi. Sosiologi komunikasi mempelajari tentang interaksi sosial dengan segala aspek yang berhubungan dengan interaksi tersebut sebagaimana interaksi (komunikasi) itu dilakukan dengan menggunakan media, bagaimana efek media sebagai akibat dari interaksi tersebut, sampai dengan bagaimana perubahan-perubahan social di masyarakat yang didorong oleh efek media berkembang serta konsekuensi social macam apa yang ditanggung masyarakat sebagai akibat dari perubahan yang didorong oleh media massa itu (Febriandhirai, 2017).

Menurut salah satu dosen sosiologi universitas riau Mita Rosaliza,S.Sos,M.Soc.Sc mengatakan bahwa *social climber* merupakan ketidakmampuan seseorang untuk mengakui kualitas dia sehingga dia untuk mendapatkan setatus sosial dengan cara-cara yang instan, misal seperti melihat kehidupan teman-teman sekelilingnya yang dibalut dengan kemewahan. Mereka akan mengubah gaya hidup mereka menjadi lebih baik dari keadaan kehidupannya semula mulai dari cara berpakaian, cara berbicara, cara berperilaku, cara mereka menempatkan diri, atau bahkan cara mereka berkomunikasi dalam suatu kelompok agar bisa diterima dimasyarakat luas demi menyandang status sosialnya.

Banyak orang-orang zaman sekarang yang berusaha mencapai tingkat kemewahan tersebut dengan cara mengubah gaya hidupnya agar status sosial mereka diakui dan di pandang tinggi oleh orang lain yang berada dilingkungan sekitarnya. Mereka ingin menampilkan atau

menunjukkan kepada teman-temannya tentang sisi kehidupannya yang mewah dengan semua penampilan dan gaya kehidupan mereka yang serba berkecukupan atau bahkan lebih dari cukup, namun disisi lain belum tentu apa yang berusaha mereka tampilkan didepan itu sama seperti yang ada dibelakang kehidupan aslinya, misalnya dari segi ekonomi. (Hasil wawancara dengan Mita Rosaliza, S.Sos, M.Soc.Sc selaku dosen sosiologi Universitas Riau).

Kota Pekanbaru merupakan salah satu kota metropolitan yang terdapat di Provinsi Riau. Sebagai ibukota provinsi, Kota Pekanbaru menjadi pusat kehidupan masyarakat Riau. Terlebih banyak perguruan tinggi besar yang berdiri di kota tersebut. Banyaknya perguruan tinggi yang terdapat di Kota Pekanbaru tentu menjadi dorongan bagi masyarakat yang di daerah Riau untuk melanjutkan pendidikan ke Kota Pekanbaru. Sebagai kota metropolitan, Kota Pekanbaru tentu tidak bisa dianggap sepele, meski tidak sekeras Jakarta, tinggal di Kota Pekanbaru tentu memiliki tantangan serta keunikannya sendiri. Banyak kaum wanita yang awalnya memiliki gaya kehidupan yang sederhana berubah menjadi mewah saat melihat orang lain di instagram.

Berdasarkan alasan yang melatarbelakangi mahasiswa pelaku *social climber* menjadi *social climber* karena ingin mempunyai kehidupan yang lebih baik. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan mahasiswa pelaku *social climber* bernama WFZ, ia menyatakan bahwa salah satu alasan ia menjadi pelaku *social climber* adalah karena saya ingin mempunyai kehidupan yang lebih baik dari sebelumnya. Karena sebelumnya bisa di bilang serba kekurangan ya, mau apa-apa susah, mau minta sama orang tua juga gak mungkin dan saya gak mau malu di depan semua orang dengan hidup saya yang bisa dibilang susah, terus biar saya bisa bergaul dimana saja (hasil wawancara pada tanggal 25 febuari 2020). Berdasarkan wawancara penulis dengan key informan (WFZ) pada

bulan febuari 2020, keinginan mepmpunyai kehidupan yang lebih baik dari sebelumnya menjadi faktor pendorong *social climber* karena adanya pengalaman kurang menyenangkan sebelumnya yang di alami oleh pelaku mahasiswa *social climber*.

Berdasarkan pengalaman pribadi penulis saat tengah duduk-duduk di salah satu kafe ternama di Kota Pekanbaru. penulis melihat ada salah satu temannya yang saat itu juga berada di kafe tersebut. Saat itu, teman penulis tersebut tengah berkumpul dengan orang-orang yang menurut pandangan penulis merupakan orang dari perkonimian diatas rata-rata dan memiliki status sosial yang tinggi. Hal ini dibuktikan dengan barang-barang yang mereka bawa, menggunakan tas branded, jam tangan mewah, penampilah yang serba wah dan mengendarai mobil. Begitu juga dengan teman penulis, dimana teman penulis ini juga menggunakan barang yang tidak kalah mewah dengan orang tersebut, padahal dalam pandangan penulis, temannya ini bukanlah merupakan orang yang memiliki keadaan ekonomi tinggi. Bahkan penulis mengenal betul bagaimana kondisi perekonomian temannya tersebut. Awalnya penulis berusaha untuk mengambil perhatinnya temannya dengan cara menyapanya, dengan harapan akan mendapatkan respon yang sama. Namun justru sebaliknya, teman penulis tersebut justru diam, bersikap cuek seolah tidak mengenali penulis. Padahal dalam kesehariannya, penulis cukup dekat dengan temannya tersebut.

Sama halnya dengan instagram yang dimiliki oleh teman penulis tersebut. Dimana di dalam instagramnya, ia menunjukkan gaya hidup yang mewah, dan berkelas. Jauh berbeda dengan kehidupan sebenarnya ia jalani yang justru lebih sederhana. Penulis melihat adanya keterkaitan antara pengalaman pribadi penulis dengan fenomena *sosial climber* yang tengah marak saat ini. Dimana di Kota Pekanbaru banyak perempuan yang menginginkan yang tidak puas dengan status sosial yang ia miliki, sehingga ia rela

menghalalkan berbagai macam cara untuk memenuhi gaya hidup yang ia inginkan walau bertentangan dengan moral dan etika di masyarakat. Meskipun dengan cara harus meminjam barang dan menghutang uang kepada orang lain. Contoh kasus berdasarkan pengalaman dan pengetahuan penulis terhadap teman penulis bahwa demi memenuhi gaya hidup yang mewah teman penulis pernah melakukan kredit iphone dengan harga yang lumayan mahal dan pada saat jatuh tempo pembayaran kredit tersebut teman penulis selalu sering menghindar ketika orang dimana tempat teman penulis kredit iphone datang untuk menagihnya. Bukan kasus itu saja yang di hadapi teman penulis, tetapi teman penulis pernah bercerita bahwa di juga mempunyai hutang dengan orang lain dengan jumlah yang lumayan.

Fenomena *social climber* pada saat ini seperti yang terjadi adalah mereka para pelaku *social climber* ingin menjadi pusat perhatian dan tidak memperdulikan lingkungan sekitarnya. Mereka membentuk dunianya sendiri. Pelaku *social climber* menunjukkan simbol-simbolnya seperti *acsecoris*, *fashion* dan lain-lain. Simbol-simbol yang mereka sampaikan termasuk kedalam pesan non verbal. Menurut buku "Fashion sebagai komunikasi" yang di tulis oleh (Malcolm barnard, 2011:15) menyebutkan bahwa penyampaian pesan non verbal dalam konteks fashion biasanya dilakukan oleh remaja. Remaja atau kaum muda adalah kelompok manusia yang masih dalam kondisi pencarian jati diri dan seringkali belum menemukan eksistensi dirinya. Mahasiswa yang sudah keluar dari status pelajar menjadi status mahasiswa, dimana mereka berada dalam lingkup pergaulan yang lebih luas. Universitas yang mahasiswanya berasal dari berbagai daerah. Juga banyak wadah penyaluran bakat seperti unit kegiatan mahasiswa juga mendukung dalam pembentukan status sosial apakah dibidang musik, kreatifitas, kesehatan atau lain sebagainya, dan penulis memilih mahasiswa sebagai objek pembahasannya. Dari beberapa kasus yang

ditunjukkan mahasiswa dalam pembentukan status sosial yang mereka inginkan, menimbulkan kekhawatiran mengenai status sosial yang seperti apa yang mereka inginkan untuk mendapatkan pengakuan tertentu. Dalam posisi ini kaum mahasiswa menggunakan media, yaitu *instagram*, *facebook*, *story whatshap* dan aplikasi yang dapat menjadi wadah penyampain komunikasi dalam media sosial lainnya untuk menunjukkan identitasnya. Yang menjadi pertanyaan adalah status sosial apa yang sebenarnya ingin didapat mahasiswa pelaku *social climber*.

Mahasiswa menyampaikan pesan komunikasi kepada orang lain melalui apa yang mereka gunakan, seperti gadget dengan merek terkenal, kendaraan yang mereka gunakan, pakaian dengan brand tertentu, dimana tempat mereka makan atau sekedar bersantai, makanan apa yang mereka konsumsi, tentunya yang dapat menyampaikan pesan kepada orang lain mengenai status sosial mereka. Dalam hal ini pelaku *social climber* khususnya pada mahasiswa searah dengan perkembangan teknologi dengan munculnya sosial media memudahkan mereka untuk menyampaikan pesan yang mereka inginkan dengan harapan apa yang mereka sampaikan orang lain mengetahuinya. Seperti akun *instagram*, *facebook* yang mereka gunakan untuk menjadi tempat menyampaikan apa yang sedang mereka lakukan agar diketahui netizen.

Seperti pada saat pelaku *social climber* makan atau sekedar nongkrong dan santai dicafe atau restoran. Pada saat itu mereka selfie atau mengabadikan peristiwa yang sedang terjadi kemudian mengunggah aktifitas yang mereka lakukan dimedia sosial tersebut. Brand pakaian yang mereka kenakan, android atau iphone tertentu yang di gunakan. Dari situlah akan ada pesan yang ingin mereka sampaikan dalam aktifitas tersebut, dan dari hal yang dilakukan pelaku *social climber* untuk mendapatkan pengakuan status sosial yang mereka inginkan.

Realita *social climber* pada kalangan mahasiswa nyatanya menimbulkan kegelisahan, seperti beberapa kejadian kriminalitas yang menjadi akibat dari keinginan pengakuat status sosial yang belum pada tempatnya. Kondisi dimana pelaku *social climber* ingin mendapatkan suatu pengakuan status sosial dengan cara negatif, seperti mencuri, berbohong ataupun hal negatif lainnya guna menunjang kebutuhan untuk meningkatkan status sosial mereka.

Fenomena ini menunjukkan ketidakselarasan antara fungsi sebenarnya sebagai mahasiswa yang seharusnya tugas utama mereka adalah belajar. akan tetapi bagi pelaku *social climber* mereka justru lebih menampilkan aktivitas yang bersifat fun atau bersenang-senang, food yaitu tempat dimana mereka makan dan fashion atau apa yang melekat pada mereka seperti aksesoris, merk dan model pakaian tertentu. maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian tentang “Fenomena *Social climber* Pada Mahasiswa di kota Pekanbaru”.

TINJAUAN PUSTAKA

TEORI FENOMENOLOGI

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, ‘*phainomenon*’ yaitu “yang menampak”. Fenomenologi pertama kali dicetuskan oleh Edmund Husserl. Fenomenologi dikenal sebagai aliran filsafat sekaligus metode befikir yang mempelajari fenomena manusiawi tanpa mempertanyakan penyebab dari fenomena tersebut serta realitas objektif dan penampakkannya.

Tujuan utama fenomenologi ialah mempelajari bagaimana fenomena dialami alam kesadaran, pikiran dan dalam tindakan, seperti bagaimana fenomena tersebut bernilai atau diterima secara estetis. Fenomenologi mencoba mencari pemahaman bagaimana manusia mengkonstruksi makna dan konsep-konsep penting, dalam kerangka intersubjektivitas. Intersubjektif karena pemahama kita

mengenai dunia dibentuk oleh hubungan kita dengan orang lain. Walaupun makna yang kita ciptakan dapat ditelusuri dalam tindakan, karya, dan aktivitas yang kita lakukan, tetap saja ada peran orang lain di dalamnya (Kuswarno, 2009:2). Fenomenologi berasumsi bahwa orang-orang secara aktif menginterpretasi pengalaman-pengalamannya dan mencoba memahami dunia dengan pengalaman pribadinya. (Littlejohn, 2009: 57).

TINJAUAN KONSEPTUAL

MOTIF

Motif menunjukan hubungan sistematis antara respon atau suatu himpunan respon dengan keadaan dorongan tertentu (Ahmadi,2009:191). Motif manusia merupakan dorongan, keinginan, hasrat dan tenaga penggerak lainnya yang berasal dari dalam dirinya, untuk melakukan sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya memiliki motif. Motif timbul karena adanya kebutuhan atau need. Kebutuhan dapat di pandang sebagai kekurangan adanya sesuat, dan ini membuat segera pemenuhannya agar segera mendapat keseimbangan. Situasi kekurangan ini berfungsi sebagai kekuatan atau dorongan alasan, yang menyebabkan seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhan. secara ringkas, motif adalah suatu dorongan yang ada pada diri individu itu berbuat sesuatu (Ahmadi,2009: 196-197).

Schutz berpendapat penafsiran merupakan cara bagaimana memahami tindakan sosial. Dimana, tindakan sosial merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan yang akan datang. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. dengan kata lain, mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran. Manusia mengontruksi makna di luar arus utama pengalaman melalui proses

“tipikasi”. Hubungan antara makna pun diorganisasikan melalui proses ini, atau bisa disebut stock of knowledge (Kuswarno.2009:18).

MAKNA

Menurut West dan Turner (2008:93) mengatakan bahwa memahami pesan adalah tujuan dari semua proses pemaknaan. Di samping itu West dan Turner (2008:7) juga menambahkan bahwa makna adalah yang diambil orang dari suatu pesan yang butuh penafsiran. Ungkapan diatas jelas mengatakan bahwa sebuah makna berawal dari sebuah pesan yang dimknai dan kemudian diinterpretasi oleh siapa yang memaknainya dan makna juga tercipta karena adanya interaksi, tanpa adanya interaksi sebuah pesan tidak bisa dimaknai. Menurut Blumr (1969) dalam West dan Turner (2009:99) mengatakan bahwa ada tiga asumsi mengenai makna, yaitu sebagai berikut:

- 1.)Manusia bertindak terhadap manusia lainnya berdasarkan makna yang di berikan orang lain pada mereka.
- 2.)Makna diciptakan dalam iteraksi antar manusia.
- 3.)Makna dimodifikasi melalui proses interpretif.

Ketiga asumsi tersebut memberikan penjelasan kepada kita bahwa sebuah makna akan ada jika terjadi sebuah interaksi dan akan diinterpretasi oleh setiap individu yang memaknai sebuah pesan dengan terjadinya modifikasi dalam pemaknaan tersebut. Disini jelas kita ketahui bahwa makna adalah sebuah “produk sosial” yang terjadi karena adanya interaksi antar manusia.

PENGALAMAN KOMUNIKASI

Pengalaman komunikasi yang dimaksud adalah sesuatu yang dialami individu dan berkaitan dengan aspek komunikasi, meliputi proses, simbol maupun makna yang dihasilkan, serta dorongan pada tindakan. Selanjutnya

pengalaman akan dikategorisasikan oleh individu melalui karakteristik pengalaman tersebut berdasarkan pemaknaan yang diperolehnya, hal ini memiliki arti bahwa pengalaman merujuk pada suatu yang dialami dan fenomena yang dialami akan diklasifikasikan menjadi pengalaman tertentu (Moutakas dalam Wirman, 2012:54).

Pernyataan tersebut memberi gambaran bahwa setiap pengalaman memiliki karakteristik yang berbeda, meliputi tekstur dan struktur yang ada dalam tiap-tiap pengalaman, yang meliputi pengalaman komunikasi menyenangkan dan pengalaman komunikasi tidak menyenangkan. Penjelasan mengenai pengalaman komunikasi yang menyenangkan dan tidak menyenangkan dapat diawali dengan pernyataan, komunikasi memiliki dimensi isi dan dimensi hubungan (Mulyana dalam Wirman,2012:55). Hal ini berarti pengalaman komunikasi yang menyenangkan (positif) yang dituju, antara lain melalui suatu hubungan yang menunjukkan adanya kehangatan sikap, penerimaan dan perhatian stu sama lain. Sedangkan pengalaman komunikasi yang tidak baik (negatif) berarti sebaliknya.

SOCIAL CLIMBER

Dalam ilmu komunikasi,“*social climber*” merupakan hal yang dapat diusahakan untuk mendapatkan posisi yang lebih kuat dalam sebuah partisipasi baik secara individual maupun kelompok. Hal tersebut diungkapkan (Wood,2001:223) dalam bukunya *Communication Mozaich* “*social climber is the process of trying to increase personal status in a group by winning the f high status member*”. Kontruksi pemikiran mereka terbentuk karena setiap orang memiliki motif sosiogenis, misalnya kebutuhan akan penghargaan, kebutuhan untuk pemenuhan diri serta kebutuhan untuk mencari identitas. Yang berarti bahwa adanya lingkungan sosial, muncul kebutuhan yang

harus dipenuhi untuk dapat mempertahankan hubungan dengan orang lain dan lingkungan sosialnya. Berada dibudaya yang baru bisa menjadi salah satu faktor yang mendorong seseorang atau kelompok untuk melakukan perubahan sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Denzin dan Lincoln (dalam Moleong, 2012:5) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Dalam penelitian kualitatif metode yang biasanya dimanfaatkan adalah wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen.

Lokasi penelitian dilakukan di kota Pekanbaru sesuai dengan fokus penelitian mengenai fenomena *social climber* pada mahasiswa di kota pekanbaru. Penelitian ini dilakukan pada periode waktu Desember 2019 - juli 2020 melakukan penelitian mendalam dengan melakukan wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian pada bulan Juli 2020 naskah skripsi telah tersusun dan siap untuk disidangkan.

Subjek penelitian ini berjumlah 4 orang yang penulis pilih, yang dianggap terbaik dalam memberikan informasi yang dibutuhkan penulis. Penentuan informan dalam penelitian ini dengan menggunakan cara *snowball sampling*, Dalam Sugiyono (2008:300) di nyatakan bahwa teknik ini teknik pengambilan sampel sumber data yang pada awal jumlahnya sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang lengkap, maka harus mencari orang lain yang dapat digunakan sebagai sumber data.

Arikunto (2002:116) Objek penelitian adalah suatu yang melekat dan dipermasalahkan. Objek penelitian merupakan hal yang menjadi titik perhatian dari suatu penelitian yaitu mengenai fenomena *social climber* pada mahasiswa di Kota Pekanbaru dengan mengidentifikasi

motif, makna dan pengaalaman komunikasi.

Teknik analisis data secara kualitatif yang dikemukakan oleh Huberman dan Miles mengajukan model analisis data interaktif. Model interaktif ini terdiri dari empat hal utama yaitu Pengumpulan data, reduksi data, penyjian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Teknik analisis data dengan menggunakan Analisi Model Miler dan Hubermanini melalui reduksi data display data atau penyajian data dan terakhir pengambilan kesimpulan atau verifikasi (Kriyantono, 2014).

HASIL PENELITIAN

Penulis akan menguraikan hasil penelitian di lapangan untuk kemudian dibahas serta penulis analisis. Adapun hasil penelitian berdasarkan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang penulis kumpulkan di lapangan mengenai fenomena *social climber* pada mahasiswa di kota pekanbaru. Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru.

Dalam hal ini, penulis menentukan 3 poin yang akan menjadi fokus penelitian, di antaranya motif, makna dan pengalaman komunikasi. Hasil penelitian merupakan data yang penulis kumpulkan selama penelitian yang mengacu hasil wawancara berdasarkan pertanyaan penelitian.

MOTIF

Motif menunjukkan hubungan sistematis antara respon atau suatu himpunan respon dengan keadaan dorongan tertentu (Ahmadi, 2009:191). Motif manusia merupakan dorongan, keinginan, hasrat dan tenaga penggerak lainnya yang berasal dari dalam dirinya, untuk melakukan sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya memiliki motif. Motif timbul karena adanya kebutuhan atau *need*. Kebutuhan dapat di pandang sebagai kekurangan adanya sesuat, dan ini membuat segera pemenuhannya agar segera mendapat keseimbangan. Situasi kekurangan ini berfungsi sebagai kekuatan atau dorongan alasan, yang menyebabkan

seseorang bertindak untuk memenuhi kebutuhan. secara ringkas, motif adalah suatu dorongan yang ada pada diri individu itu berbuat sesuatu (Ahmadi,2009: 196-197).

Penulis akan menjabarkan hasil penelitian terkait motif ini berdasarkan teori tentang motif Alfred Schutz yang menggolongkan motif kedalam dua bagian, yaitu motif masa lalu (*because motive*) yang merujuk kepada pengalaman masa lalu yang tertanam dalam pengetahuannya sehingga menjadikan hal tersebut sebagai suatu alasan untuk bertindak dan motif untuk (*in order to motive*) yang berarti tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana harapan, minat yang diinginkan.

a. Motif Masa Lalu (*Because Motive*)

Mahasiswa *social climber* memiliki motif di masa lalunya yang sangat berpengaruh pada pelaksanaan seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu yang mendorongnya melakukan apa yang ia lakukan sekarang.

Adapun motif masa lalu berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dalam penelitian ini adalah :

1.) Ingin menjadi orang kaya.

Social climber mempunyai arti perpindahan kedudukan status social seseorang dari status social yang rendah ke status sosial yang lebih tinggi. Berdasarkan wawancara mendalam yang dilakukan peneliti, dapat diketahui bahwa dari sebagian besar informan mengatakan salah satu faktor yang mendorong mereka untuk menjadi *social climber* yaitu karena ingin menjadi orang kaya.

2.)Pengaruh lingkungan pergaulan.

Faktor lingkungan dapat mempengaruhi seseorang untuk bergaya hidup mewah yakni hal-hal di luar dirinya yang merupakan lingkungan sekitarnya seperti teman sepermainan, keluarga, kelas sosial dan kebudayaan. Pada hakekatnya, mahasiswa sangat senang untuk bergaul bersama teman

sebayu dan membentuk kelompok peretmanan yang dimana mereka akan lebih bebas untuk mengekspresikan dirinya dibanding terhadap orang lain. Faktor ini kemudian akan menjadi penting bagi timbulnya gaya hidup mewah dalam diri seseorang karena kelompok ini memberikan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung dalam membentuk kepribadian seseorang.

b. Motif Masa Mendatang/Harapan (*In Order To Motive*)

Motif masa mendatang/ motif harapan (*in Order to Motive*) memberikan asumsi bahwa pada setiap perilaku manusia memiliki harapan yang ingin dipenuhi. Harapan tersebut yang selanjutnya akan menjadi pendorong manusia untuk melakukan sesuatu. Begitu pula dengan mahasiswa *social climber*, mereka memiliki motif harapan yang menjadi pendorong mereka untuk menjadi *social climber*. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan informan penelitian, adapun motif harapan mahasiswa *social climber* adalah:

1.)Ingin Di Anggap Orang Kaya Untuk Mendapatkan Pengakuan Setatus Sosial.

Salah satu yang menjadi motif harapan mahasiswa *social climber* adalah ingin di anggap orang kaya untuk mendapatkan pengakuan setatus sosial. Beberapa informan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa salah satu tujuan mereka menjadi *social climber* untuk ingin di anggap orang kaya untuk mendapatkan pengakuan setatus sosial, belajar dari pengalaman masa lalu kurang di hargai sehingga muncul keinginan untuk ingin di anggap orang kaya agar mendapatkan pengakuan setatus sosial. Pengakuan status sosial pada diri seseorang memang dibutuhkan. Setiap manusia pasti ingin diakui status sosialnya, dalam kondisi masyarakat yang sekarang ini ketika memiliki status sosial yang tinggi maka mereka dapat

dengan mudah masuk di semua lapisan masyarakat.

MAKNA

Beberapa pakar komunikasi sering menyebutkan kata makna ketika mereka merumuskan definisi komunikasi. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (2008:6) mengatakan bahwa komunikasi adalah proses pembentukan makna yang berkaitan dengan komunikasi pada hakikatnya merupakan fenomena sosial. Makna sebagai konsep komunikasi mencakup lebih dari sekedar penafsiran dan pemahaman seorang individu saja. Makna selalu mencakup banyak pemahaman, aspek-aspek pemahaman dimiliki oleh komunikator.

Pada bagian ini peneliti akan fokus menjabarkan bagaimana mahasiswa *social climber* memaknai *social climber* itu sendiri. Karena bagi mahasiswa *social climber* mempunyai pemaknaan tersendiri terhadap *social climber* yang mereka jalani. Pemaknaan tersebut muncul berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang mereka miliki sendiri. Pengalaman dan pengetahuan mereka dalam menjalani *social climber* inilah yang akhirnya membentuk berbagai makna dalam diri mereka terhadap *social climber*. Dari hasil wawancara penulis dengan ke empat informan yang mejadi *social climber* di kota pekanbaru, di peroleh beberapa makna yang mereka berikan terhadap *social climber*.

1.) Popularitas

Beberapa sumber menyebutkan bahwa popularitas berarti disukai oleh orang banyak, diperhatikan, dan dihargai. Namun tidak ada definisi yang pasti dari popularitas itu sendiri. Seseorang dikatakan berhasil jika hubungannya dengan lingkungan sosial seperti berinteraksi dengan teman-temannya dapat dilihat dengan bagaimana penerimaan atau penolakan dari masing-masing individu atau kelompok sosialnya. Sedangkan, saat ini popularitas digunakan sebagai alat ukur

untuk membuktikan bagaimana kemampuan individu tersebut dalam membangun hubungan sosialnya.

Mahasiswa *social climber* yang penulis jadikan sebagai informan penelitian ini berpendapat bahwa *social climber* adalah sama popularitas. Artinya adalah popularitas berarti disukai oleh orang banyak, diperhatikan, dan dihargai. saat ini popularitas digunakan sebagai alat ukur untuk membuktikan bagaimana kemampuan individu tersebut dalam membangun hubungan sosialnya.

2.) Gaya hidup mewah

Pemaknaan selanjutnya terhadap *social climber* oleh mahasiswa adalah memaknai *social climber* tersebut sebagai gaya hidup mewah. Gaya Hidup (*lifestyle*) adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya (https://id.wikipedia.org/wiki/Gaya_hidup diakses 15 juli 2020). Mahasiswa *social climber* menganggap bahwa gaya hidup sudah menjadi kebutuhan agar status sosial mereka diakui dan di pandang tinggi oleh orang lain yang berada dilingkungan sekitarnya. Mereka ingin menampilkan atau menunjukkan kepada teman-temannya tentang sisi kehidupannya yang mewah dengan semua penampilan dan gaya kehidupan mereka yang serba berkecukupan atau bahkan lebih dari cukup, namun disisi lain belum tentu apa yang berusaha mereka tampilkan didepan itu sama seperti yang ada dibelakang kehidupan aslinya.

PENGALAMAN KOMUNIKASI

Setelah menjadi *social climber* tentu mahasiswa *social climber* memiliki pengalaman komunikasi yang di alaminya baik sebelum ataupun sesudah menjadi *social climber*. Pengalaman komunikasi mahasiswa *social climber* menyangkut pengalaman komunikasi menyenangkan dan pengalaman komunikasi tidak menyenangkan. Peneliti mejabarkan dan membagi pengalaman komunikasi

mahasiswa *social climber* kedalam kedua kategori sebagai berikut:

a. Pengalaman Komunikasi Menyenangkan (Positif)

Pengalaman komunikasi menyenangkan dalam konteks penelitian ini, dapat dijelaskan sebagai peristiwa komunikasi yang telah dialami oleh mahasiswa *social climber* di mulai saat mereka sebelum menjadi *social climber* dan sesudah menjadi *social climber*. Berdasarkan data-data yang telah didapat peneliti dilapangan, maka pengalaman komunikasi menyenangkan mahasiswa *social climber* adalah pengalaman komunikasi menyenangkan mahasiswa *social climber* setelah menjadi *social climber*. Sedangkan pengalaman komunikasi mahasiswa *social climber* sebelum menjadi *social climber* tidak ditemukan.

1.)Pengalaman Komunikasi Menyenangkan Mahasiswa *Social climber* Setelah Menjadi *Social climber*.

Pelaku mahasiswa *social climber* berupaya menyampaikan kepada orang lain bawasanya dirinya memiliki status sosial yang tinggi, memiliki kebutuhan yang harus di penuhi, mereka berusaha untuk mengikuti perkembangan *trend* dunia *lifestyle*, gaya hidup yang harus sesuai standart mereka. Beberapa informan mengaku mereka memiliki pengalaman komunikasi menyenangkan yang mereka alami saat setelah menjadi *social climber*. Seperti yang di ungkapkan oleh WFZ. Setelah menajdi *social climber* ia mengaku lebih banyak memiliki teman, beberapa hal menajdi alasan.

b. Pengalaman Komunikasi Tidak Menyenangkan (Negative)

Pengalaman komunikasi yang dialami oleh mahasiswa *social climber* dikota pekanbaru tidak hanya membuahkan suatu pengalaman yang menyenagkan saja. Tapi mereka juga merasakan pengalaman yang tidak menyenagkan yang di alami oleh para

informan dalam penelitian ini berasal dari sikap, pembicaraan dan tanggapan oang-orang disekitar mengenai *social climber*. Berdasarkan data yang telah didapat oleh peneliti selama masa penelitian, maka pengalaman komunikasi tidak menyenagkan yang dialami oleh mahasiswa *social climber* di kelompokan menjadi kedua kategori seperti berikut:

1.)Pengalaman Komunikasi Tidak Menyenagkan Mahasiswa *Social climber* Sebelum Menjadi *Social climber*.

Pelaku mahasiswa *social climber* berusaha menciptakan dunia barunya, struktur sosialnya termasuk simbol yang disampaikan dilihat dari apa yang mereka kenakan, apakah itu merupakan barang bermerk, pakaian model terbaru, mereka menyampaikan dengan dimana mereka makan atau nongkrog disuatu tempat tertentu karena ingin mempertahankan posisinya sehingga kehadirannya selalu diterima, menjadi pusat perhatian dan menajadi terkenal. Pengalaman komunikasi negatif bagi sebagian informan datang dari orang-orang di sekitar. Karena tentu saja hal ini tidak terlepas dari adanya pandangan negatif.Perkataan-perkataan dari orang di sekitar atau teman-teman walau dalam konteksnya bercanda membuat informan SA lama kelamaan membuat informan mempunyai rasa minder dan menjadi orang yang berfikiran negatif.

2.)Pengalaman Komunikasi Tidak Menyenangkan (Negative) Mahasiswa Setelah Menjadi *Social climber*.

Tidak semua pristiwa komunikasi yang menghasilkan pengalaman komnuinkasi positif. Pengalaman komunikasi tidak menyenangkan merupakan sebagai pristiwa komnunikasi yang telah dialami, komunikasi tersebut dapat dipahami oleh pelaku sebagai suatu yang bersifat negatif. Seperti yang diungkapkan para informan mengaku bahwa mereka

mendapatkan cemooh, ejekan serta mendapatkan komentar-komentar miring di sosial medianya.

PEMBAHASAN

Pada sub-sub sebelumnya, penulis telah menjabarkan hasil temuan penulis melalui wawancara terhadap keempat informan yang merupakan mahasiswa *social climber* dikota pekanbaru. data-data yang paparkan penulis di atas merupakan hasil temuan dilapangan. Selanjutnya hasil temuan ini akan penulis bahas dengan menggunakan beberapa teori dan konsep yang relavan dengan fokus permasalahan. Fokus permasalahan yang ada dalam pemasalahan ini meliputi tiga hal, yaitu motif mahasiswa menjadi *social climber*, makna *social climber* bagi mahasiswa dan pengalaman komunikasi mahasiswa *social climber*.

Motif mahasiwa menjadi *social climber* ini akan dikategorikan menjadi dua motif yaitu apa yang melatarbelakangi mereka serta motif apa harapannya dimasa akan datang setelah menjadi *social climber*. Selanjutnya mengenai pemaknaan mereka terhadap *social climber* itu sendiri, serta bagaimana pengalaman komunikasi mereka selaa menjadi *social climber*. Pembahasan mengenai fokus permasalahan ini penulis kaitkan dengan teori fenomenologi alfred schutz serta konsep konsep yang relavan dengan *social climber* sebagai penguat jawaban informan. Berikut adalah pembahasan mengenai hasil penelitian dengan judul fenomena *social climber* pada mahasiswa di kota Pekanbaru.

MOTIF

Pengalaman subjektif yang terjadi pada masing-masing diri mahasiswa *social climber* dimasa lalunya, atau yang sedang ia rasakan saat ini akan membentuk makna yang berbeda-beda. Masing-masing mahasiswa *social climber* memiliki penafsiran terhadap *social climber* itu sendiri. Inti pemikiran Alfred Schutz adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Dimana tidnakan sosial

merupakan tindakan yang berorientasi pada perilaku orang lain dimasa lalu, masa sekarang dan masa yang akan datang.

Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Dengan kata lain, mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna dan kesadaran. Hubungan antar makna pun diorganisasi melalui proses ini, atau biasa disebut stock of knowledge (Kuswarno, 2009:18). Untuk menggambarkan motif mahasiswa menjadi *social climber* maka penulis merujuk pada konsep yang di paparkan oleh Schutz yang menglompokan motif menjadi dalam dua fase, yaitu:

a. Motif Masa Lalu (*Because Motive*)

Because motive yaitu tindakan yang merujuk pada masa lalu. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki alasan dari masa lalu ketika ia melakukannya. Dalam *because motive*, mahasiswa *social climber* melihat kembali kebelakang untuk menemukan pengalaman yang memotivasinya menjadi *social climber* sebagai keseluruhan bagian dari dirinya. Mahasiswa *social climber* memutuskan untuk menjadi sicial climber berdasarkan pengalaman masa lalunya yang dimilikinya. Pengalaman tersebut kemudian menjadi motivasi yang mendorong mereka manjadi *social climber*. Pengalaman mahasiswa *social climber* inilah yang menurut Afred Schutz adalah akar dari penelitian fenomenologi tentang *social climber*.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan dilapangan. Penulis, menemukan dua motif masalalu mahasiswa *social climber* menjadi *social climber*. Salah satu motif masa lalu yang dimiliki mahasiswa *social climber* adalah ingin menjadi orang kaya. Setiap orang di dunia ini ingin memiliki motivasi hidup yang selalu menyemangati diri mereka dan semua orang juga ingin mengubah hidup mereka menjadi lebih baik. Apabila kita melihat seseorang yang hidupnya

berantakan, misalnya gelandangan di jalan. Sebenarnya, jauh di dalam lubuk hatinya, dia juga ingin memiliki kehidupan yang lebih baik seperti para pekerja yang selalu lalu-lalang berjalan kaki di hadapannya setiap hari. Contoh ini menunjukkan bahwa setiap orang memiliki harapan yang tinggi untuk bisa mengubah hidup mereka menjadi lebih berarti dan indah. Namun, setiap orang memiliki cara yang berbeda-beda dalam membawa kehidupan mereka ke jalan yang lebih terang benderang dan indah. Ada yang hanya berdiam diri dengan berharap takdir akan mengubah hidup mereka dan ada juga yang bekerja keras secara maksimal agar takdir membawa mereka ke dalam kehidupan yang jauh lebih baik.

Because motive yang selanjutnya adalah pengaruh lingkungan pergaulan dan adanya perkataan kurang menyenangkan dari lingkungan sekitar. Pergaulan merupakan kelanjutan dari proses interaksi sosial yang terjalin antara individu dalam lingkungan sosialnya. Kuat lemahnya suatu interaksi sosial mempengaruhi erat tidaknya pergaulan yang terjalin. Seorang anak yang selalu bertemu dan berinteraksi dengan orang lain dalam jangka waktu relatif lama akan membentuk pergaulan yang lebih. Beda dengan orang yang hanya sesekali bertemu atau hanya melakukan interaksi sosial secara tidak langsung.

Lingkungan merupakan pengaruh yang sangat besar terhadap pembentukan karakter seseorang, seperti sifat kepribadian, nilai-nilai dalam bergaul dan sikap mereka terhadap orang lain. Lingkungan yang dimaksud adalah seperti lingkungan keluarga, lingkungan kampus, masyarakat, tempat beribadah, dan lain sebagainya. Social cimber terjadi karena suatu karakteristik kepribadian yang terbentuk dan dipelajari oleh individu dari interaksi sosial dengan lingkungannya. Hal ini adalah salah satu pengalaman masa lalu yang menjadi alasan mereka menjadi *social climber*.

b. Motif akan datang (*in order to motive*)

In order to motive yaitu yang merujuk pada tindakan dimasa yang akan datang. Dimana, tindakan yang dilakukan oleh seseorang pasti memiliki tujuan yang telah ditetapkan (Kuswarno, 2009:18). Mahasiswa *social climber* juga memiliki tujuan dan harapan yang mereka jadikan alasan menjadi *social climber*.

Hasil dari penelitian yang penulis lakukan terhadap mahasiswa *social climber* menunjukkan bahwa mahasiswa *social climber* memiliki tujuan kenapa mereka memilih untuk menjadi *social climber*. Motif masa akan datang (*in order to motive*) mahasiswa *social climber* menjadi *social climber* adalah motif ingin dianggap orang kaya untuk mendapatkan pengakuan setatus sosial. Kedudukan atau status berarti posisi atau tempat seseorang dalam sebuah kelompok sosial. Semakin tinggi kedudukan atau status sosial seseorang maka akan semakin mudah orang tersebut untuk masuk dalam lingkungan sosial yang diinginkannya dan juga kedudukan atau status sosial menentukan posisi seseorang dalam struktur sosial, yakni menentukan hubungan dengan orang lain. Fenomena *social climber* dimasyarakat memang benar terjadi, bagaimana masyarakat memperlakukan, memberi respon dan memberi hormat pada orang lain darimana kita berasal, apakah dari kalangan biasa atau atas, latar belakang keluarga dan juga kedudukan akan menentukan apa respon dan apa yang kita dapat.

Motif masa lalu dan masa akan datang memberikan tujuan dan arah perilaku mahasiswa *social climber*. munculnya motif dalam diri mahasiswa *social climber* dikarenakan adanya ketidakseimbangan dalam diri mereka. Sunaryo (2004) mengatakan ketidakseimbangan yang terjadi dalam diri individu menimbulkan kebutuhan untuk segera dipenuhi sehingga terjadi keseimbangan atau homeostatis. Mahasiswa *social climber* mencapai keadaan homeostatis tersebut dengan menjadi *social climber*. Karena cara untuk

memenuhi kebutuhan sehingga tercapai keseimbangan adalah dengan berperilaku.

MAKNA

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.

Kehidupan “*social climber*” memiliki budaya yang mereka ciptakan sendiri yang meliputi seluruh perangkat tata nilai dan perilaku mereka yang unik. Penelitian dengan pendekatan fenomenologi berusaha untuk mengeksplorasi pengalaman sadar pelaku *social climber* sebagai suatu usaha untuk memahami secara lebih baik tentang semua konteks dimana pengalaman itu terjadi. Salah satu konteks yang ingin dipahami lebih baik oleh analisis fenomenologi adalah konteks makna. Dimana pada penelitian ini penulis memfokuskan menggali tentang makna *social climber* bagi mahasiswa.

Salah satu makna *social climber* yang dimaknai oleh mahasiswa *social climber* adalah memaknai *social climber* sebagai popularitas. *Social climber* dimaknai oleh mahasiswa sebagai popularitas. Popularitas berarti disukai oleh orang banyak, diperhatikan, dan dihargai. Saat ini popularitas digunakan sebagai alat ukur untuk membuktikan bagaimana kemampuan individu tersebut dalam membangun hubungan sosialnya. Ini merupakan sebuah bentuk dari perilaku seseorang yang dimana memiliki keinginan untuk dapat menunjukkan dan juga akan dapat meningkatkan sebuah bentuk dari status sosial mereka. Sebagaimana misalnya adalah dengan cara melakukan pemameran sebuah harta kekayaan yang dimana hal itu sebenarnya juga akan tidak dapat mereka miliki. Mahasiswa *social*

climber dalam penelitian ini secara sadar dan bersama mengakui bahwa *social climber* itu sendiri untuk mencari popularitas.

Makna *social climber* yang di maknai mahasiswa *social climber* selanjutnya adalah sebagai gaya hidup mewah. Makna ini muncul didasari oleh mahasiswa *social climber* yang memaknai *social climber* sebagai gaya hidup mewah. *Social climber* dimaknai sebagai gaya hidup berdasarkan pengetahuan serta pengalaman yang mereka miliki. Mereka menganggap gaya hidup adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya. Mahasiswa *social climber* menganggap bahwa gaya hidup mewah sudah menjadi kebutuhan agar status sosial mereka diakui dan di pandang tinggi oleh orang lain yang berada dilingkungan sekitarnya. Mereka ingin menampilkan atau menunjukkan kepada teman-temannya tentang sisi kehidupannya yang mewah dengan semua penampilan dan gaya kehidupan mereka yang serba berkecukupan atau bahkan lebih dari cukup, namun disisi lain belum tentu apa yang berusaha mereka tampilkan didepan itu sama seperti yang ada dibelakang kehidupan aslinya.

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 penerian dari suatu tindakan. Kemudian makna terbentuk berdasarkan hasil interpretasi melalui interaksi, komunikasi, tindakan serta situasi yang dijalankan oleh para pengguna media sosial ini.

PENGALAMAN KOMUNIKASI

Dalam setiap tindakan ataupun peristiwa yang dialami oleh manusia pasti akan menjadi sebuah pengalaman dalam kehidupannya. 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 (Hafiar dalam Wirman, 2012: 53). Pengalaman yang dijadikan landasan bagi individu untuk melakukan tindakan, adalah pengalaman yang melekat pada suatu fenomena. Hal ini ditegaskan oleh pernyataan yang menyebutkan, bahwa *people is retrieving a memory of a prior experience of phenomena* (Radford dalam Wirman, 2012: 53).

Pengalaman terhubung pada sebuah fenomena. Fenomena dapat merujuk pada suatu peristiwa, termasuk peristiwa komunikasi. Peristiwa komunikasi yang di alami dapat diistilahkan dengan pengalaman komunikasi. Pengalaman yang dijadikan landasan bagi individu untuk melakukan tindakan adalah pengalaman yang melekat pada suatu fenomena (Wood 2004:17).

Berdasarkan paparan diatas maka dapat dijelaskan bahwa pengalaman komunikasi yang di bahas dalam penelitian ini adalah pengalaman komunikasi mahasiswa *social climber* di kota pekanbaru. pengalaman komunikasi yang dialami oleh mahasiswa *social climber* dikategorisasikan oleh individu melalui karakteristik pengalaman tersebut berdasarkan pemaknaan yang diperolehnya. Sebuah pengalaman komunikasi dapat disebut sebagai sebuah pengalaman komunikasi yang positif (menyenangkan) apabila isi, konteks dan dampak dipahami dan dirasakan oleh pelaku sebagai sesuatu yang bersifat memberdayakan.

Pengalaman komunikasi menyenangkan (positif) yang dialami oleh mahasiswa *social climber* ini terbagi menjadi dua, yaitu pengalaman komunikasi

menyenangkan sebelum menjadi *social climber* dan pengalaman komunikasi menyenangkan setelah menjadi *social climber*. Adapun pengalaman komunikasi menyenangkan mahasiswa *social climber* sebelum menjadi *social climber* Berdasarkan data-data yang telah didapat peneliti dilapangan tidak ditemukan. Sedangkan pengalaman komunikasi menyenangkan mahasiswa *social climber* setelah menjadi *social climber* berdasarkan hasil wawancara yaitu memiliki lebih banyak teman, hal ini di akui oleh informan WFZ, SA dan YP. Ketiga informan menyatakan bahwa setelah menjadi *social climber* lebih mempunyai banyak teman terutama dari golongan yang status sosialnya lebih tinggi. Pengalaman komunikasi menyenangkan lainnya di alami oleh informan ASP ia mengaku lebih ke kepuasan batin tersendiri ketika berintraksi dengan orang-orang yang perah memandang sebelah mata.

Disisi lain ternyata tidak semua peristiwa komunikasi bernuansa positif. Terdapat beberapa peristiwa yang dikategorikan sebagai pengalaman komunikasi yang tidak menyenangkan. Pengalaman komunikasi yang tidak menyenangkan dapat dijelaskan sebagai peristiwa komunikasi yang telah dialami, dimana isi, konteks dan dampak dari proses komunikasi tersebut dirasa dan dipahani oleh pelaku sebagai sesuatu yang bersifat melemahkan rasa percaya diri ataupun self esteem mereka (Wirman, 2012: 89).

Pengalaman tidak menyenangkan yang mereka alami berasal dari orang-orang di sekitar. Pengalaman komunikasi tidak menyenangkan mahasiswa *social climber* sebelum menjadi *social climber* yaitu adanya pandangan miring dan memandang sebelah mata dari orang-orang di sekitar terhadap informan. Perkataan-perkataan dari orang di sekitar atau teman-teman walau dalam konteksnya bercanda membuat informan lama kelamaan membuat informan mempunyai rasa minder dan menjadi orang yang berfikiran negatif. Sedangkan pengalaman komunikasi tidak

menyenangkan mahasiswa *social climber* setelah menjadi *social climber* yaitu mendapat cemooh dan ejekan dari orang lain. Hal ini dirasakan oleh keempat informan peneliti jika mereka sering mendapatkan komentar-komentar negatif terhadap mereka terutama dari media sosialnya. Jika kebanyakan informan mendapat komentar-komentar dari orang lain informan YP mengalami komunikasi tidak menyenangkan dengan teman-teman akibat adanya rasa iri terhadap apa yang informan kenakan sehingga terjadi percekocokan.

Terlepas dari semua permasalahan diatas terkait pengalaman komunikasi negatif yang dialami oleh mahasiswa *social climber*, mereka juga memiliki cara masing-masing untuk menyikapi pengalaman negatif tersebut. Hal ini tentu saja terkait dengan motif masa lalu yang melandasi para mahasiswa *social climber* tersebut. Hampir setiap informan dalam penelitian ini dapat mengelolah tanggapan negatif dari masyarakat dengan cara yang positif.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang penulis lakukan atas penelitian fenomena sosial climber pada mahasiswa di kota pekanbaru, maka kesimpulannya adalah:

1).Motif mahasiswa menjadi *social climber* di kota pekanbaru terbagi atas dua, yaitu motif masa lalu (because motive) dan motif masa akan datang (in order to motive). Motif masa lalu mahasiswa *social climber* menjadi *social climber* adalah ingin menjadi orang kaya, setiap orang memiliki harapan yang tinggi untuk bisa mengubah hidup mereka menjadi lebih berarti dan indah. Namun, setiap orang memiliki cara yang berbeda-beda dalam membawa kehidupan mereka ke jalan yang lebih terang benderang dan indah. Motif selanjutnya adalah pengaruh lingkungan pergaulan, jalinan hubungan sosial antara seseorang dengan orang lain yang berlangsung dalam jangka relatif lama

sehingga terjadi saling mempengaruhi satu dengan lainnya. Sedangkan motif masa akan datang mahasiswa *social climber* menjadi *social climber* adalah motif ingin dianggap orang kaya untuk mendapatkan pengakuan status sosial, Kedudukan atau status berarti posisi atau tempat seseorang dalam sebuah kelompok sosial. Semakin tinggi kedudukan atau status sosial seseorang maka akan semakin mudah orang tersebut untuk masuk dalam lingkungan sosial yang diinginkannya dan juga kedudukan atau status sosial menentukan posisi seseorang dalam struktur sosial, yakni menentukan hubungan dengan orang lain.

- 2).Makna *social climber* yang dimaknai mahasiswa *social climber* di kota pekanbaru adalah memaknai *social climber* sebagai popularitas, merupakan sebuah bentuk dari perilaku seseorang yang dimana memiliki keinginan untuk dapat menunjukkan dan juga akan dapat meningkatkan sebuah bentuk dari status sosial mereka. Serta makna selanjutnya adalah sebagai gaya hidup mewah, Mereka menganggap gaya hidup mewah adalah bagian dari kebutuhan sekunder manusia yang bisa berubah bergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya.
- 3).Pengalaman komunikasi yang dialami oleh mahasiswa *social climber* di kota pekanbaru berhubungan dengan intraksinya dengan teman ataupun lingkungan sekitar, pada penelitian ini pengalaman komunikasi oleh mahasiswa *social climber* di kota pekanbaru diklompokan menjadi dua bagian yaitu pengalaman komunikasi menyenangkan dan pengalaman komunikasi tidak menyenangkan. Pengalaman komunikasi menyenangkan juga terbagi dua, yaitu pengalaman komunikasi menyenangkan sebelum dan sesudah menjadi *social climber*. Adapun pengalaman komunikasi positif yang dialami oleh mahasiswa *social climber* sebelum menjadi *social climber* berdasarkan hasil

penelitian tidak ditemukannya pengalaman komunikasi mahasiswa *social climber* sebelum menjadi *social climber*. Sedangkan pengalaman komunikasi menyenangkan setelah menjadi *social climber* adalah memiliki lebih banyak teman. Pengalaman komunikasi tidak menyenangkan sebelum menjadi sosial climber yaitu ejekan dari orang-orang sekitar sedangkan pengalaman komunikasi tidak menyenangkan setelah menjadi *social climber* adalah mendapat komentar-komentar negatif tentang dirinya, terutama dari media sosialnya.

SARAN

Adapun saran yang dapat penulis berika adalah:

- 1).Mahasiswa para pelaku *social climber* agar bisa diterima dalam kelompok, lingkungan serta masyarakat tidak harus menjadi orang lain. Jadilah diri sendiri tetap berusaha untuk mewujudkan apa yang kita inginkan dengan cara yang baik.
- 2).Mahasiswa pelaku *social climber* hendaknya belajarlah membentuk atau menemukan jati diri dengan tidak mengikuti gaya hidup orang lain. Sehingga memberikan efek kebohongan terhadap diri sendiri karena akan menimbulkan ketidakpercayaan terhadap diri sendiri.
- 3).Untuk Mahasiswa pelaku *social climber* untuk tidak terlalu terbawa oleh pergaulan dalam lingkungannya, harus bisa memilih apa yang perlu diadopsi atau yang tidak perlu diadopsi dari lingkungannya.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi. 2009. *Psikologi Umum*.Jakarta: Rieka Cipta.
 Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Barnard, Malcolm.(2011). *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara Mengomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, Gender*. Jogjakarta: Jalasutra.

Blumer, Herbert. 1969. *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Inggris: Prentice Hall.

Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Prenadamedia Group.

Kuswarno, Engkur, (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi*. Bandung: Widya Padjadjaran.

L.Tubbs, Stewart & Moss, Sylvia. 2008. *Human Communication : Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss.(2009). *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.

Moleong, Lexy. J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Schutz, Alfred.1967. “*The Phenomenology Of The Social World*”. Northwestern: University Press.

Sunaryo. 2004. *Psikologi Untuk Pendidikan*. Jakarta: EGC.

Sugiyono, (2009). *Metode Penelitian Kualitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.

West, Richard dan Lynn H.Turner. 2008. *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Wirman, Welly. 2016. *Citra & Presentasi Tubuh. Fenomena Komunikasi Perempuan Bertubuh Gemuk*. Pekanbaru: ALAFRIAU.

Wood, Julia T.2006. *Communication Mosaics; an introduction to the of communication* (Terjemahan). USA: Thomson Wadsworth.

Lainnya

<https://www.Solopos.com/social-climber>
 Diakses pada tanggal 23 juli 2029 pukul 14:32 WIB.

<https://www.google.co.id/amp/s/kbbi.web.id/panjat-sosial.html> diakss pada

tanggal 5 agustus 2020 pukul 21:05