

4-30-2021

"Arena" di Dalam Perilaku Pencarian Informasi untuk Mendapatkan Lagu: Pendekatan Grounded Theory

Riyan Adi Putra

Proram Studi Magister Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Depok, Indonesia

Laksmi Laksmi

Departemen Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Depok, Indonesia

Luki Wijayanti

Departemen Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Depok, Indonesia

Follow this and additional works at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jipk>



Part of the [Archival Science Commons](#), [Collection Development and Management Commons](#), and the [Information Literacy Commons](#)

Recommended Citation

Putra, Riyan Adi; Laksmi, Laksmi; and Wijayanti, Luki (2021) ""Arena" di Dalam Perilaku Pencarian Informasi untuk Mendapatkan Lagu: Pendekatan Grounded Theory," *Jurnal Ilmu Informasi, Perpustakaan dan Kearsipan*: Vol. 23: No. 1, Article 3.

DOI: 10.7454/JIPK.v23i1.003

Available at: <https://scholarhub.ui.ac.id/jipk/vol23/iss1/3>

This Article is brought to you for free and open access by the Faculty of Humanities at UI Scholars Hub. It has been accepted for inclusion in *Jurnal Ilmu Informasi, Perpustakaan dan Kearsipan* by an authorized editor of UI Scholars Hub.

“ARENA” DI DALAM PERILAKU PENCARIAN INFORMASI UNTUK MENDAPATKAN LAGU: PENDEKATAN *GROUNDED THEORY*

Riyan Adi Putra¹, Laksmi², Luki Wijayanti³

¹ Proram Studi Magister Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Depok, 16424, Indonesia

^{2,3} Departemen Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Universitas Indonesia, Depok, 16424, Indonesia

riyan.rikos@gmail.com¹

llaksmi706@gmail.com²

luki_w@ui.ac.id³

Abstrak

Lagu adalah hal yang paling sederhana untuk disenangi oleh setiap individu. Dengan berkembangnya teknologi informasi, lagu juga berubah dari bentuk analog menjadi bentuk digital. Hal ini menyebabkan lagu merupakan sebuah hasil karya yang memiliki hak cipta dapat dengan mudah didapat. Oleh karena itu, penelitian ini membahas perilaku pencarian informasi masyarakat untuk mendapatkan lagu tersebut. Di dalam penelitian ini, teori perilaku pencarian informasi akan dikaitkan dengan teori mengenai tindakan atau kebiasaan yang dikemukakan oleh Bourdieu yaitu modal, habitus, dan “arena”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami tindakan dalam mendapatkan lagu tersebut dilihat dari sudut pandang teori perilaku pencarian informasi dan teori Bourdieu. Selain itu, diharapkan penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi baru mengenai teori perilaku pencarian informasi yang dapat dilihat dari sudut pandang sosial budaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *grounded theory* jenis *systematic design* dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa seluruh proses perilaku pencarian informasi untuk mendapatkan lagu merupakan sebuah “arena”, terjadi pertarungan-pertarungan yang terbentuk melalui habitus mereka sebagai upaya untuk menyeimbangkan modal di antara mereka. Penelitian ini menyarankan untuk penegakan hukum yang jelas di Indonesia mengenai hak cipta serta perlu melihat suatu disiplin ilmu secara interdisipliner.

Kata kunci: *Perilaku pencarian informasi, Lagu, Bourdieu, Modal, Habitus, Arena*

Abstract

Songs are the simplest things for each individual to like. With the development of information technology, songs have also changed from analog to digital. This causes a song that is a copyrighted work to be easily obtained. Therefore, in this study, we want to discuss the information-seeking behavior of the society to get the song. In this research, the theory of information-seeking behavior will be placed with the theory of actions or habits put forward by Bourdieu, namely capital, habitus, and "arena". This research aims to understand the action in obtaining the song from the perspective of information-seeking behavior theory and Bourdieu theory. Besides, it is hoped that this research can also make new contributions regarding the theory of information behavior which can be seen from a socio-cultural point of view. The method used in this research is grounded theory of systematic design types with a qualitative approach. The results of this study explain that the entire process of searching for information to get a song is an "arena", where there are battles that are formed through their habitus as an effort to balance capital between them. This study suggests clear law enforcement in Indonesia regarding copyright and the need to look at a scientific discipline.

Keywords: *Information Seeking Behavior, Song, Bourdieu, Capital, Habitus, "Field"*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perilaku pencarian informasi adalah kegiatan seseorang yang dilakukan untuk mendapatkan informasi. Manusia akan menunjukkan perilaku pencarian informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Setiap individu maupun sekelompok manusia sangat dimungkinkan mempunyai perbedaan perilaku pencarian informasi. Wilson (1999) mengemukakan bahwa perilaku pencarian informasi sangat erat hubungannya dengan aspek sosial budaya, ekonomi, politik, serta peran sosial dan individu manusia. Hal ini diperkuat dengan pendapat Heinstrom (2003) yang menunjukkan hasil penelitiannya bahwa dalam pencarian informasi sangat terkait dengan karakter individu. Pada penelitian ini peneliti akan lebih memfokuskan kepada perilaku pencarian informasi untuk mendapatkan lagu. Peneliti mengangkat tema lagu karena menurut peneliti lagu adalah hal yang paling sederhana untuk disenangi oleh setiap individu.

Pada era informasi ini masyarakat dapat memanfaatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk mendapatkan kebutuhan informasi yang mereka butuhkan. Sayangnya dengan kemajuan teknologi informasi ini pula menimbulkan dampak negatif di masyarakat. Salah satu dampak negatifnya adalah masyarakat dapat dengan mudah melakukan pembajakan terhadap lagu-lagu tersebut.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lee (2004), 92,7% responden (dari total 427 responden) menjawab bahwa mereka di dalam mencari lagu menggunakan media internet. Responden pada penelitian ini terdiri dari dua kelompok. Kelompok yang pertama adalah mahasiswa Universitas Illinois Urbana, Amerika Serikat, dan kelompok yang kedua adalah masyarakat umum yang sudah berumur di atas 18 tahun. Di dalam penelitian ini, Lee juga mendapatkan hasil bahwa hanya 25,1% yang membeli lagu, sedangkan 74,9% dari responden mencari lagu yang gratis di internet. Penelitian Lee (2004) juga menunjukkan bahwa mayoritas responden (84,6%) meminta kepada teman atau anggota keluarga untuk membantu mereka dalam mencari informasi untuk mendapatkan lagu. Di luar pengetahuan umum tentang lagu tersebut, ketersediaan dan kedekatan dari orang yang membantu tampaknya mempengaruhi strategi pencarian lagu dari responden.

Apa yang dijelaskan oleh Heinstrom dan Lee ini sangat berhubungan dengan teori yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu tentang konsep habitus, modal dan juga “arena” dalam struktur masyarakat. Setiap individu membawa habitus untuk menghadapi “arena” dengan modal yang berbeda-beda. Bourdieu menerangkan bahwa ada hubungan antara apa yang dikatakannya habitus, modal, dan “arena” dalam suatu struktur masyarakat.

Saat ini, masyarakat Indonesia dalam melakukan pencarian informasi untuk mendapatkan lagu masih banyak yang mengandalkan internet dan tidak memperdulikan aturan-aturan yang berlaku. Seperti hasil survei yang dilakukan oleh Kemenkominfo bahwa per hari terjadi 6 juta unduhan lagu melalui situs illegal, hal ini diperkirakan akan menimbulkan kerugian kurang lebih Rp2,16 Triliun per tahun (Widiartanto, 2015). Pernyataan ini juga diperkuat oleh pernyataan yang dikeluarkan oleh Asosiasi Industri Rekaman Indonesia bahwa setiap tahun ada 2,8 miliar lagu yang diunduh masyarakat, dan ini diperkirakan akan membuat rugi industri music di Indonesia kurang lebih senilai Rp8,4 Triliun (Hamdi, 2017). Masyarakat Indonesia sudah terbiasa dan diajarkan untuk melakukan itu tanpa ada masalah. Mereka lebih memilih untuk mengunduh secara gratis dibandingkan membelinya.

Untuk memahami bagaimana ini bisa terjadi, maka penulis akan meneliti dari sudut pandang budaya dengan menggunakan teori yang diungkapkan oleh Pierre Bourdieu terkait modal, habitus, serta arena. Pertanyaan penelitian yang muncul adalah Bagaimana perilaku pencarian informasi untuk mendapatkan lagu dengan memanfaatkan modal, habitus, serta arena?

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku pencarian informasi untuk mendapatkan lagu dengan memanfaatkan modal, habitus, serta arena. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran baru mengenai teori perilaku pencarian informasi yang ada selama ini dengan memberikan gambaran dari sudut pandang sosial budaya.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Perilaku Pencarian Informasi

Perilaku pencarian informasi adalah kegiatan-kegiatan seseorang yang termasuk di dalamnya ketika mengidentifikasi kebutuhan sendiri untuk informasi, mencari informasi tersebut dengan cara apapun, dan

menggunakan atau mentransfer informasi tersebut (Wilson, 1999). Ada banyak model perilaku pencarian informasi, di antaranya adalah Ellis (1989), Model Krikelas (1983), Model Leckie (1996), Model Bystrom dan Jarvelin (2005), serta Model Savolainen (2005). Mengingat perbedaan pada masing-masing kosa kata, penekanan, dan usia, empat model yang disajikan sangat sulit untuk dibandingkan secara detail. Jelas mereka berbeda dalam banyak hal dari satu sama lain.

Model pertama yaitu model yang dikembangkan oleh Ellis merupakan salah satu model inti dalam model-model selanjutnya dalam perilaku pencarian informasi. Model ini kemudian banyak dikembangkan oleh peneliti-peneliti selanjutnya. Model selanjutnya adalah model Krikelas yang sederhana, lugas, dan diakui secara luas, namun juga agak terbatas dalam penekanan pada dokumen (literatur dan dokumen pribadi). Hal ini menunjukkan usia model tersebut dengan mengistimewakan dokumen dan / atau penggunaan perpustakaan ("literatur terekam"). Salah satu kelebihan model ini adalah menempatkan penggunaan literatur dalam konteks sumber informasi lain, seperti orang lain dan pengamatan sendiri dan juga ingatan.

Model Leckie, Pettigrew, dan Sylvain (1996) adalah model yang hanya meninjau dibatasi dalam ruang lingkup orang tertentu saja-dalam hal ini, "profesional." Model ini memiliki enam faktor umum, terutama "peran pekerjaan" dan "tugas." Mengingat penekanannya hanya pada tugas, model ini menekankan mencari informasi yang berhubungan dengan pekerjaan dan terbatas dalam penerapannya jika diterapkan pada perilaku pencarian informasi masyarakat umum dalam kegiatan sehari-hari. Model Bystrom dan Jarvelin berfokus pada tugas-tugas yang berhubungan dengan pekerjaan, keterbatasan yang sama dengan model Leckie, dkk. Namun, penelitian rinci dari studi empiris ini menunjukkan bahwa pentingnya mengetahui secara spesifik tentang apa yang sedang dipelajari oleh seseorang.

Berbeda dengan model Leckie et al., dan Bystrom dan Jarvelin, Model Savolainen ELIS berlaku untuk pencarian informasi yang tidak berhubungan dengan pekerjaan, dan segala macam orang. Hal ini termasuk faktor psikologis dan sosial, serta memasukkan rentang waktu yang lebih lama, yaitu sepanjang hayat manusia.

B. Perilaku Tindakan Menurut Bourdieu

Bourdieu adalah tokoh pascastrukturalis dalam teori kebudayaan. Bourdieu menerangkan bahwa ada hubungan antara apa yang dikatakannya habitus, modal, dan "arena" dalam suatu struktur masyarakat. Secara formal, Bourdieu merangkum hubungan ini dengan persamaan berikut: [(habitus)(modal)] + "arena" = tindakan (kebiasaan)

Persamaan ini bisa dikatakan bahwa tindakan (kebiasaan) adalah hasil dari hubungan antara disposisi seseorang(habitus) dan posisi seseorang dalam "arena" (modal), dalam keadaan saat bermain dalam "arena" sosial (Grenfeil, 2008).

Habitus menggambarkan bagaimana membawa diri kita ke dalam sejarah kita, bagaimana kita membawa sejarah ini ke dalam situasi kita sekarang, dan bagaimana kemudian kita membuat pilihan untuk bertindak dengan cara tertentu dan berbeda dari yang lain (Grenfeil, 2008). Habitus mengonsepan hubungan antara objek dan subjek atau "bagian luar" dan "bagian dalam" dengan cara menjelaskan bagaimana fakta-fakta sosial ini masuk ke dalam diri kita. Dengan demikian, habitus menyatukan antara struktur sosial objektif dan pengalaman pribadi subjektif.

Modal adalah semua barang, baik material maupun simbolik tanpa pembedaan yang menampilkan dirinya sebagai sesuatu yang langka dan berharga untuk dikejar dan dicari dalam suatu formasi sosial tertentu. Menurut Haryatmoko (2003, p.12) para pelaku menempati posisi masing-masing ditentukan oleh dua dimensi, pertama menurut besarnya modal yang dimiliki, kedua, sesuai dengan bobot komposisi keseluruhan modal mereka.

Modal yang dijelaskan oleh Bourdieu terbagi menjadi empat, modal ekonomi, modal sosial, modal kultural, dan modal simbolik. Modal Ekonomi yaitu kemampuan ekonomi pada suatu individu untuk bertarung di dalam "arena". Mencakup alat-alat produksi (mesin, tanah, buruh), materi (pendapatan dan benda-benda) dan uang yang dengan mudah digunakan untuk segala tujuan serta diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Modal yang dijelaskan Bourdieu yang kedua adalah modal sosial. Modal ini adalah modal hubungan sosial individu terhadap individu lain yang memiliki kekuatan dalam suatu struktur masyarakat. Modal ini menunjuk kepada jaringan sosial yang dimiliki pelaku (individu atau kelompok) dalam hubungan dengan pihak lain yang memiliki kuasa.

Modal selanjutnya adalah modal kultural. Modal ini menyangkut tentang pendidikan seseorang atau juga selera seseorang. Mencakup keseluruhan kualitas intelektual yang dapat diproduksi melalui pendidikan formal maupun warisan keluarga. Misalnya kemampuan menampilkan diri di depan public, pemilihan benda-benda budaya bernilai tinggi, pengetahuan dan keahlian tertentu dari hasil pendidikan, juga sertifikat (gelas kesarjanaaan). Modal yang terakhir adalah modal simbolik. Modal ini adalah modal yang berupa pengakuan dari orang lain tentang seorang individu. Mencakup segala bentuk prestise, status, otoritas, dan legitimasi.

“Arena” adalah jaringan relasi antarposisi objektif di dalamnya. Keberadaan relasi-relasi ini terpisah dari kesadaran dan kehendak individu. “Arena” merupakan (1) arena kekuatan sebagai upaya perjuangan untuk memperebutkan sumber daya atau modal, dan juga untuk memperoleh akses tertentu yang dekat dengan hirarki kekuasaan; (2) semacam hubungan yang terstruktur dan tanpa disadari mengatur posisi-posisi individu dan kelompok dalam tatanan masyarakat yang terbentuk secara spontan (Adib, 2012, p.102).

“Arena” adalah ruang sosial yang terstruktur, ranah kekuasaan. “Arena” tersebut berisi orang yang mendominasi dan orang lain yang didominasi. Hubungan ketidaksetaraan yang permanen dan konstan beroperasi di dalam ruang ini. Pada saat yang sama, menjadi ruang berbagai macam aktor yang berjuang untuk mentransformasikan dan melestarikan “arena” ini. Semua individu di dunia ini membawa menuju kompetisi seluruh kekuasaan (relatif) bagi pembagian pasar mereka. Kekuasaan ini menentukan posisinya dalam “arena” dan sebagai hasilnya adalah strategi mereka. (Fauzi, 2014, p.112).

III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan adalah metode *grounded theory*. Jenis *grounded theory* yang digunakan adalah *systematic design* (Strauss and Corbin, 1998). Dalam mengumpulkan data, peneliti melakukan wawancara, observasi, serta analisis dokumen. Analisis data dilakukan dengan mikroanalisis melalui *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*.

Langkah pertama dalam analisis data ini yaitu *Open Coding*. Pada proses *open coding* ini, jawaban informan, atau hasil transkrip wawancara direduksi dan dianalisis inti kalimat dari semua jawaban informan. Kalimat inilah yang nantinya menjadi

kategori-kategori. Dari kalimat inti tersebut kita analisis lagi kata kuncinya. Kata ini bisa berisi satu sampai tiga kata dari masing-masing kalimat. Kata-kata kunci inilah yang dinamakan subkategori.

Tahap selanjutnya setelah selesai melakukan *open coding* adalah tahap *axial coding*. Jadi setelah konsep (sub kategori yang dikelompokkan) sudah terbentuk, maka yang pertama perlu kita perhatikan di sini adalah menghubungkan konsep dengan konsep-konsep lain dan dicari keterkaitan antara satu konsep dengan konsep yang lain. Misalkan suatu konsep itu dinamakan X1, X2, X3, maka kita hubungkan lewat garis-garis antara X1, X2, dan X3. Setelah itu kita cari hubungan lewat pernyataan yang menghubungkan antara X1 dengan X2.

Tahap terakhir setelah selesai melakukan *axial coding* adalah tahap *selective coding*. Pada tahap ini adalah proses mengintegrasikan dan menyempurnakan kategori-kategori menjadi sebuah teori. Jadi, langkah awal pada proses *selective coding* ini adalah menentukan kategori utama antara X1, X2, X3 atau yang lain. Sebuah Kategori utama harus saling berkaitan dengan kategori-kategori yang lain, itulah yang membuat dia menjadi utama.

IV. PEMBAHASAN

A. Informan

Sebelum memulai membahas mengenai hasil penelitian ini, maka sebaiknya terlebih dahulu mengenal siapa informan pada penelitian ini. Informan pada penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria pencinta musik dan memiliki jumlah lagu minimal seratus lagu pada masing-masing perangkat yang mereka miliki. Informan pada penelitian ini terdiri dari lima orang, Informan juga dipilih dengan memperhatikan jenis pekerjaan yang dianggap mewakili berbagai jenis pekerjaan yang ada, yaitu belum bekerja/pelajar, pegawai negeri/BUMN, dan pegawai swasta. Selain itu informan dipilih juga berdasarkan kriteria umur remaja 17-20 tahun, dewasa 21-40 tahun, dan orang tua yang berumur di atas 40 tahun. Berikut ini adalah profil singkat beserta nama samaran informan.

TABEL 1. PROFIL INFORMAN

Informan	Umur	Pekerjaan	Nama Samaran
1	42	PNS	Rhoma
2	29	Swasta	Sammy
3	28	BUMN	Fals
4	17	Pelajar	Raisa
5	20	Swasta	Rosa

B. Manfaat dan Sumber Informasi Lagu

Menurut Informan manfaat lagu itu sendiri bermacam-macam, tetapi sebagai intinya lagu merupakan sesuatu yang penting bagi mereka sehingga mereka membutuhkannya. Kebutuhan ini terlihat dari dua sisi, yaitu dari manfaat dan intensitas waktu dalam mendengarkan, seperti kutipan hasil wawancara di bawah ini.

“Menurut saya lagu itu adalah salah satu inspirasi, terus bisa jadi dia juga menjadikan bagi saya adalah hiburan, ada nilai-nilai juga” – Rhoma

“Lagu itu buat saya...di setiap zaman pasti genre musiknya beda-beda, dan itu kurang lebih mencatat sejarah, dan lagu itu part dari itu sih...menceritakan keadaan yang actual terjadi saat itu, kayak perjalanan aja, iya banyak sekali menceritakan tentang perjalanan hidup saya, memori-memori, memori tentang orang lain juga terkadang lagu mengingatkan itu” –Sammy

Berdasarkan jawaban informan tersebut dapat diketahui bahwa mereka membutuhkan lagu, maka untuk itu mereka juga mencari informasi untuk kebutuhan mereka akan lagu tersebut. Lagu menjadi penting bagi mereka karena bisa menjadi sebuah inspirasi, memberikan hiburan, terdapat nilai di dalamnya, menceritakan keadaan, sebagai sebuah memori serta penghidup suasana.

Kebutuhan dan pencarian informasi merupakan suatu konsep yang tidak bisa dipisahkan secara nyata. Seseorang atau pemakai mencari informasi karena kebutuhan yang ada dalam diri orang tersebut.

Berdasarkan jawaban informan, mereka mencari informasi akan kebutuhan mereka tentang lagu melalui berbagai media, seperti dari radio, aplikasi, televisi, website, dan juga mendapat informasi berdasarkan referensi dari orang lain. Untuk radio sendiri yang sering mereka dengarkan adalah prambors, jak, dan gen FM.

“Radio yang saya dengerin itu JakFM sama Gen” -Sammy

“Prambors, kalo ga Gen” -Fals

Untuk aplikasi yang informan gunakan adalah Shazam.

“Aku pake aplikasi di hp namanya shazam”- Raisa

Untuk televisi yang paling sering dijadikan referensi adalah acara konser musik Net TV, MTV, dan V Channel.

“Kebanyakan saya setiap pagi biasanya nonton MTV, V Channel, kayak gitu-gitu”-Sammy

“Ada acaranya di tv tuh, net tv atau apa yah, net tv kan ya? Itu yang saya sering denger itu”- Rhoma

Untuk website yang digunakan informan dalam mencari informasi adalah wowkeren.com, lorongmusik.com, dan billboard.com.

“Website saya pakainya wowkeren.com, sama lorong musik”-Sammy

”Iya, sama liat billboard. Billboard, chart billboard yang lagi hits. Iya, dari web”-Rosa

Selain mencari melalui media yang telah disebutkan di atas, informan juga mencari informasi tentang lagu melalui orang lain.

“...Ya denger dari referensi orang”-Rhoma

“...Kalo ga dari temen”-Fals

“...Atau temen ngedenger lagu enak sih terus nanya itu lagu apaan”-Raisa

Jika kita amati, dalam perilaku pencarian informasi tentang lagu ini mereka sudah mulai menggunakan apa yang dikatakan oleh Bourdieu yaitu modal ekonomi, modal sosial, dan modal kultural. Modal Ekonomi pada fenomena di sini yaitu berupa *handphone* (dalam mencari melalui aplikasi), televisi, radio, dan komputer (dalam mencari melalui website). Modal sosial yang digunakan oleh informan pada fenomena ini adalah ketika mendapat referensi dari orang lain. Modal kultural pada fenomena ini informan menggunakannya disaat mencari melalui website. Dalam mencari melalui website tentu mereka tidak bisa melakukannya jika tidak mendapat pengetahuan formal untuk menggunakan komputer dan internet pada pendidikan formal.

C. Perilaku Informasi untuk Mendapatkan Lagu

Untuk sumber koleksi lagu-lagu mereka tersebut, menurut informan mereka mendapatkan lagu ini pada dasarnya terdiri dari tiga sumber, yaitu: Mendapat dari teman, Mendapat dari membeli, dan Mendapat dari unduh.

1) Mendapat Dari Teman

Dalam mendapatkan lagu melalui teman, informan mengandalkan apa yang dikatakan oleh Bourdieu yaitu modal sosial. Karena jelas terlihat

bahwa tanpa bantuan orang lain, maka informan tidak akan mendapatkan lagu yang mereka inginkan. Informasi yang didapatkan oleh informan juga langsung dari teman tersebut mengenai lagu-lagu yang terbaru atau lagu yang mereka inginkan. Selain menggunakan modal sosial, tentu informan juga menggunakan modal ekonomi mereka untuk mendapatkan lagu tersebut. Jika informan tidak memiliki gadget, tentu mereka tidak bisa mengkopir atau mendapatkan lagu yang mereka inginkan. Oleh karena itu dapat dianalisis bahwa ketika mendapatkan lagu dari teman, informan juga menggunakan modal ekonomi mereka baik berupa handphone ataupun *personal computer*.

2) Mendapat dari Membeli

Dalam mendapatkan lagu melalui membeli, informan mengandalkan apa yang dikatakan oleh Bourdieu yaitu modal ekonomi. Tentu saja dalam membeli pasti membutuhkan uang. Uang inilah yang disebut sebagai modal ekonomi yang dibutuhkan informan untuk mendapatkan lagu dengan cara membeli.

Ketika informan memilih untuk membeli sebuah lagu, maka mereka merasa bangga karena telah menghargai sebuah karya musik seseorang. Rasa bangga inilah yang disebut sebagai modal simbolik. Jadi ketika informan memilih untuk mendapatkan lagu dengan cara membeli memerlukan modal ekonomi dan akan membentuk sebuah modal simbolik pada diri informan

3) Mendapat dari Unduh

Mendapat lagu dari unduh adalah suatu fenomena yang marak terjadi saat ini di kalangan masyarakat. Pada era informasi ini masyarakat dapat memanfaatkan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi untuk mendapatkan kebutuhan informasi yang mereka butuhkan. Lagu-lagu ini dapat diunduh secara cuma-cuma di internet. Semua informan mengaku bahwa sekarang yang paling sering mereka lakukan adalah unduh dari internet ataupun dari aplikasi. Hal ini mereka lakukan dengan alasan utama yaitu karena gratis, selain itu lebih mudah, lebih lengkap, beraneka ragam, tidak memakan waktu lama, dan yang paling umum digunakan oleh orang-orang.

D. Modal

1) Modal Ekonomi

Fasilitas-fasilitas yang digunakan oleh informan dalam mendapatkan lagu disebut sebagai modal ekonomi oleh Bourdieu. Dalam mendapatkan lagu

melalui cara unduh, informan menggunakan modal ekonomi mereka yang berupa benda-benda yaitu *Personal Computer* (PC) dan *Handphone* (HP), seperti hasil wawancara berikut:

“Kalo unduh kebanyakan saya pake PC, bukan handphone”-Sammy

“Youtubemade emang khusus download dari HP”-Sammy

Dalam mendapatkan lagu melalui membeli, informan juga mengandalkan apa yang dikatakan oleh Bourdieu yaitu modal ekonomi. Tentu saja dalam membeli pasti membutuhkan uang. Uang inilah yang disebut sebagai modal ekonomi yang dibutuhkan informan untuk mendapatkan lagu dengan cara membeli.

2) Modal Sosial

Terkadang informan mengalami masalah dalam menemukan informasi atau lagu yang ingin mereka dapatkan. Oleh karena itu mereka sering bertanya kepada teman, pacar, ataupun keluarga mereka untuk membantu mereka mendapatkan lagu yang sedang mereka cari. Ketika mereka bertanya kepada kerabat mereka inilah yang disebut oleh Bourdieu sebagai modal sosial. Informan paling sering mendapat informasi untuk mendapatkan lagu dari teman-teman mereka. Teman mereka ini juga yang mengajarkan mereka bagaimana cara mencari lagu serta bagaimana cara mengunduhnya.

3) Modal Kultural

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil wawancara, ketika informan mengunduh lagu mereka rata-rata memperhatikan kualitas dari lagu tersebut. Meskipun mereka mendapatkannya secara gratis, tetapi mereka tetap memperhatikan besarnya file dan kualitas suara dari lagu yang mereka unduh. Informan memilih kualitas yang bagus bisa dikatakan sesuai dengan selera mereka. Selera inilah yang dikatakan oleh Bourdieu sebagai modal kultural. Seperti yang dikatakan oleh Bourdieu bahwa modal kultural ini juga dapat berupa pendidikan formal. Menurut jawaban informan mereka semua belajar komputer dan juga internet di pendidikan dasar (SD) dan menengah (SMP) mereka.

4) Modal Simbolik

Modal simbolik ini adalah modal yang berupa pengakuan dari orang lain tentang seorang individu, mencakup segala bentuk prestise, status, otoritas, dan legitimasi.

“Ya bukan cuman bangga aja sih kalo beli, tapi kita jadi ngehargain lagu itu”-Sammy

Dari jawaban informan dapat kita ketahui bahwa informan memiliki nilai tersendiri untuk menghargai sebuah lagu. Pandangannya ini nantinya akan diakui sebagai seorang yang menghargai lagu. Pada akhirnya ia akan mendapatkan rasa hormat bahwa dia membeli lagu bukan mengunduh secara gratis. Rasa Bangga juga ternyata diikuti oleh para pengunduh seperti hasil kutipan wawancara.

"Bangga dikit sih, tapi seneng aja kalo udah punya duluan"-Fals

Rasa bangga yang dimiliki oleh para pengunduh karena mereka memiliki lagu tersebut. Terlebih lagi jika mereka mendapatkan lagu tersebut lebih dahulu dibandingkan teman-teman yang lainnya. Seseorang akan dianggap hebat, dan akan menjadi primadona di antara teman-temannya untuk dijadikan sebagai seseorang yang akan memiliki lagu-lagu terbaru di antara teman-temannya atau lingkungan sosialnya.

E. *Habitus*

Mengunduh merupakan suatu pilihan tindakan yang dilakukan oleh informan dalam mendapatkan lagu. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, mereka memilih unduh ternyata memang sejak dahulu mereka terbiasa menggunakan internet dan komputer. Dari jawaban informan juga dapat terlihat bagaimana sejak kecil informan sudah diajarkan untuk menggunakan komputer dan juga internet. Hal ini tentunya membentuk sebuah habitus bagi informan. Pelajaran-pelajaran yang diajarkan di sekolah mereka maupun di rumah mereka sudah mulai diajarkan menggunakan internet. Bahkan menurut Rosa, dia sudah terbiasa mencari tugas-tugas melalui internet sejak Kelas 3 SD.

"Waktu SD, kelas 3, ada pelajaran IT. Kalo internet sih, SD kelas 6, di situ ada tugas-tugas kan biasanya nyari di internet"-Rosa

Jika sedari dini Rosa sudah mencari tugas menggunakan internet, dia pasti memahami bahwa selain tugas juga bisa dicari di Internet, termasuk lagu-lagu. Secara tidak sadar perilaku atau pilihan tindakan mereka untuk mengunduh lagu dibentuk sejak mereka kecil. Bukan hanya tindakan, tetapi pikiran mereka untuk mencari segala sesuatu ada di internet. Hal inilah yang memicu mereka untuk melakukan pilihan tindakan mendapatkan lagu dengan cara mengunduh.

F. *Pertarungan pada "Arena"*

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, dapat dipahami bahwa pada perilaku pencarian

informasi untuk mendapatkan lagu ini secara keseluruhan adalah "arena" yang dihadapi oleh informan.

"Ya kalo untuk lagu-lagu tertentu yang gw suka atau memang bagus ya gw beli di itunes atau aplikasi lain (internet), lebih banyak pilihan, banyak lagu baru, dan udah pasti bagus"-Sammy

"Dulu iya (beli), sekarang unduh semua.... tapi kayak misalnya nyari album yang baru nih, suka ga ada, suka belum update"-Fals

Pertarungan dari informan ini adalah sama-sama untuk mendapatkan lagu pada "arena" internet, hanya saja Sammy lebih mudah menguasai medan karena memiliki modal ekonomi yang lebih daripada Fals. Fals tentu saja tidak hanya pasrah dalam menghadapi "arena" ini, ia berusaha menyeimbangkan distribusi modal ekonomi dengan strateginya yaitu mengunduh. Mereka nantinya akan sama-sama memiliki lagu yang mereka inginkan, hanya saja waktu yang akan membedakannya. Posisi Sammy pada "arena" ini adalah akan lebih cepat mendapatkannya, sedangkan Fals harus lebih sabar dan menunggu untuk mendapatkan yang dimiliki oleh Sammy.

Pada "arena" ini pula orang-orang yang memiliki pengetahuan akan jauh lebih menguasai medan pertempuran dalam mendapatkan lagu dibandingkan orang yang tidak memiliki pendidikan formal. Contohnya di dalam dunia internet adalah orang yang mengerti bagaimana cara mencari informasi menggunakan mesin pencari akan jauh lebih berkuasa dibandingkan orang yang tidak memahami bagaimana cara menggunakan mesin pencari. Cara mencari menggunakan mesin pencari tentu tidak hanya didapatkan melalui pendidikan formal, tetapi juga dari membaca atau melihat kepada orang lain.

"Ya banyak juga kesulitan kan gitu... ketika...misalnya...pas awal-awal saya tidak tahu misalnya youtube itu harus ada donwloadernya, pas mencoba mengunduh susah sekali...kan begitu...Akhirnya saya lihat-lihat ke yang lain, oh harus ada youtube downloader"-Rhoma

"Dari googlenya sendiri sih ga pernah ada kesulitannya, kecuali saya yang salah memilih keyword"-Sammy

"Kadang-kadang suka ga ada juga, tapi apa mungkin salah ketik liriknya, misalkan kalo lagu-lagu luar kan suka salah tulisan atau gimana, salah denger atau gimana"-Raisa

Memang tidak semua pengetahuan untuk menggunakan pencari didapat dari pendidikan formal, bisa juga melalui orang lain seperti yang dilakukan oleh Rhoma. Inilah salah satu strategi yang diterapkan Rhoma agar bisa bersaing untuk mendapatkan modal kultural. Rhoma mendapatkan pengetahuan tentang bagaimana mendapatkan lagu dengan cara belajar dari orang lain atau secara tidak langsung dia juga memanfaatkan modal sosialnya untuk mendapatkan modal kultural. Inilah salah satu perwujudan bagaimana modal yang satu bisa digunakan untuk mendapatkan modal yang lain dalam menghadapi arena yang ada.

Ketika informan mendapatkan lagu dengan cara mengunduh, maka sama saja mereka melakukan penggandaan dan melakukan pendistribusian atas suatu karya cipta seseorang dalam bentuk lagu. Undang-undang ini merupakan “arena” bagi orang yang memiliki kuasa (dalam hal ini adalah pencipta karya) melalui pemerintah untuk melindungi karya mereka dan orang yang tidak memiliki kuasa. Orang yang memiliki karya cipta tentu mendominasi orang yang tidak memiliki karya cipta tersebut. Karya cipta tersebut akan mendapatkan hak ekonomi dan tentunya menambah modal ekonomi pencipta karya.

“Kalau misalnya undang-undang, saya kebanyakan yang saya download itu lagu luar, nah UU di Indonesia itu masih kurang ya kurang ditegakkan pada sih intinya, punishment-nya ga ada, saya kurang tau ada atau tidak, saya kurang tau, kebanyakan paling kena denda kayak gitu kan, nah dan kebanyakan buat nge-track-nya buat Indonesia sendiri masih terlalu ini, masih agak kurang ketat pengawasannya”-Sammy

“Engga sih ya, ya emang, kayaknya ga jelas aja itu undang-undangnya gimana, ga ngaruh”-Fals

Dari semua jawaban informan dapat dianalisis bahwa mereka semua tidak takut dalam menghadapi arena perundang-undangan. Tidak tegasnya peraturan perundang-undangan, tidak ada hukuman yang jelas, serta kemampuan pengawasan yang kurang dari pemerintah membuat mereka tetap berkuasa dalam “arena” ini.

G. Analisis Data

1) Open Coding

Dari hasil *open coding* yang telah dilakukan, maka didapatkan beberapa sub kategori-sub kategori yang akan dijadikan kategori seperti pada gambar 1.

X 1 Manfaat	X2 Waktu	X3 Sumber Informasi
Inspirasi Hiburan Nilai-nilai Mencatat sejarah Menceritakan Keadaan Memori Penghidup Suasana	Setiap Hari Seminggu Sekali Tiga Hari Sekali WaktuLuang	Referensi Orang Radio Aplikasi TV Website
X 4 Alamat Website	Y 1 Modal Sosial	Y 2 Modal Kultural
Youtube.com Google.com Dilandau.com 4shared.com Billboard.com Kickass.tr Torrent	Teman Kakak Orang Tua	Sekolah SD SMP
Y 3 Modal Ekonomi	Y 4 Modal Simbolik	Y 5 Habitus
Handphone(HP) Personal Computer (PC) Pendapatan	Bangga Senang	Sejak SD Sejak SMP Dari dulu belajar sendiri
	Y 6 Arena	

GAMBAR 1. KATEGORI-KATEGORI

Dari seluruh sub kategori-sub kategori yang ada, maka dibuat kategori-kategori seperti pada gambar 1. Kategori-kategori ini dibuat sesuai dengan pokok pembahasan yaitu pola perilaku pencarian informasi untuk mendapatkan lagu.

Kategori pertama adalah Manfaat, diberi label X1. Manfaat yang dimaksud di sini adalah manfaat dari lagu bagi informan. Manfaat diperlukan karena dengan manfaat ini akan menjadi sebuah motivasi bagi informan untuk mencari dan mendapatkan apa yang mereka butuhkan. Kategori X1 terdiri dari Inspirasi, Hiburan, Nilai-nilai, Mencatat Sejarah, Menceritakan Keadaan, Memori, dan Penghidup suasana. Kategori kedua adalah Waktu, diberi label X2. Waktu yang dimaksud oleh adalah jangka waktu atau rentang waktu yang digunakan oleh informan baik itu untuk mendengarkan Lagu atau untuk mencari informasi tentang lagu. Kategori X2 terdiri dari setiap hari, seminggu sekali, tiga hari sekali, dan waktu luang.

Kategori ketiga adalah Sumber Informasi, diberi label X3. Sumber informasi yang dimaksud adalah melalui apa saja informan bisa mendapatkan informasi mengenai lagu yang terbaru ataupun lagu yang mereka suka. Kategori X3 terdiri dari Referensi orang, radio, aplikasi, televisi, dan juga website. Kategori keempat adalah alamat website, diberi label X4. Alamat website ini adalah kumpulan jawaban informan terkait alamat-alamat website yang mereka gunakan untuk mencari informasi ataupun untuk mendapatkan lagu. Kategori X4 terdiri dari youtube.com, google.com, dilandau.com, 4shared.com, billboard.com, kicass.tr, torrent.

Dari hasil wawancara dengan informan ditemukan jawaban seperti teman, sosial, keluarga, orang tua, maka kategori kelima adalah Modal Sosial, diberi label Y1. Modal sosial yang dimaksud adalah seperti yang dikatakan oleh Bourdieu yaitu modal hubungan sosial individu terhadap individu lain yang memiliki kekuatan dalam suatu struktur masyarakat. Modal ini menunjuk kepada jaringan sosial yang dimiliki pelaku (individu atau kelompok) dalam hubungan dengan pihak lain. Kategori Y1 terdiri dari teman, kakak, dan orang tua. Kategori keenam adalah Modal Kultural, diberi label Y2. Modal kultural yang dimaksud menyangkut tentang pendidikan seseorang atau juga selera seseorang. Mencakup juga keseluruhan kualitas intelektual yang dapat diproduksi melalui pendidikan formal maupun warisan keluarga. Misalnya kemampuan menampilkan diri di depan public, pemilihan benda-benda budaya bernilai tinggi, pengetahuan dan keahlian tertentu dari hasil pendidikan, juga sertifikat (gelas kesarjanaan). Kategori Y2 terdiri dari Sekolah, Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP).

Kategori ketujuh adalah Modal Ekonomi, diberi label Y3. Modal ekonomi menurut Bourdieu yaitu kemampuan ekonomi pada suatu individu untuk bertarung di dalam "arena". Mencakup alat-alat produksi (mesin, tanah, buruh), materi (pendapatan dan benda-benda) dan uang yang dengan mudah digunakan untuk segala tujuan serta diwariskan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Kategori Y3 terdiri dari Handphone (HP), Personal Computer (PC), dan Pendapatan. Kategori kedelapan adalah Modal Simbolik, diberi label Y4. Modal simbolik seperti yang dikatakan oleh Bourdieu adalah pengakuan dari orang lain tentang seorang individu. Mencakup segala bentuk prestise, status, otoritas, dan legitimasi. Kategori Y4 terdiri dari Bangga dan Senang Kategori kesembilan adalah Habitus, kategori

ini diberi label Y5. Seperti yang dikatakan oleh Bourdieu bahwa habitus menggambarkan bagaimana membawa diri kita ke dalam sejarah kita, bagaimana kita membawa sejarah ini ke dalam situasi kita sekarang, dan bagaimana kemudian kita membuat pilihan untuk bertindak dengan cara tertentu dan berbeda dari yang lain. Kategori Y5 terdiri dari Sejak SD, Sejak SMP, dan dari dulu belajar sendiri.

Kategori kesepuluh adalah Arena, kategori ini diberi label Y6. Sama seperti yang dikatakan oleh Bourdieu bahwa "Arena" merupakan (1) arena kekuatan sebagai upaya perjuangan untuk memperebutkan sumber daya atau modal, dan juga untuk memperoleh akses tertentu yang dekat dengan hirarki kekuasaan; (2) semacam hubungan yang terstruktur dan tanpa disadari mengatur posisi-posisi individu dan kelompok dalam tatanan masyarakat yang terbentuk secara spontan. Kategori Y 6 adalah keseluruhan dari proses perilaku pencarian informasi untuk mendapatkan lagu.

2) *Axial Coding*

Dari proses axial coding, dapat dijelaskan dua hal, yang pertama adalah Lagu memberikan kategori X1 dalam intensitas waktu kategori X2 sehingga membuat informan mencari Kategori X3 melalui kategori X4. Dalam mencari Kategori X3 informan juga intensitas waktunya menggunakan kategori X2. Dalam mencari kategori X3, informan juga menggunakan kategori Y2 dan membutuhkan kategori Y3. Hal kedua yang terkait mendapatkan lagu, informan menjelaskan bahwa dalam mendapatkan lagu terdapat tiga jenis, yaitu: Mendapat dari teman, Mendapat dari unduh, dan Mendapat dari membeli.

Dalam mendapatkan lagu dari teman, informan menggunakan kategori Y1 dan kategori Y3. Sedangkan ketika mendapatkan lagu dari membeli, informan menggunakan kategori Y3 dan akan membentuk kategori Y4. Dalam mendapatkan lagu dari unduh, informan menggunakan kategori Y1, Y2, Y3. Selain itu dalam mendapatkan lagu dari unduh informan menghadapi kategori Y6 dan terpengaruh oleh kategori Y5. Informan juga mencari dari kategori X3 dan sumbernya dari kategori X4.

Kategori Y1, Y2, Y3, dan Y4 digunakan dalam kategori Y5. Kategori Y1, Y2, Y3, dan Y4 akan membentuk kategori Y5. Kategori Y5 sendiri digunakan dalam kategori Y6. Untuk penjelasan lebih lanjut sudah dibahas pada pokok pembahasan sebelumnya. Pada bagian ini hanya menjelaskan hubungan-hubungan antar kategori yang telah

mereka butuhkan di internet, semua tergantung dari modal kultural informan yang akan dibahas pada poin 6 dan 7. Contoh yang kedua adalah undang-undang. Undang-undang bisa saja menjadi hambatan bagi informan dalam mendapatkan lagu yang mereka butuhkan, terutama undang-undang mengenai hak cipta. Undang-undang ini dapat memberikan hukuman kepada seseorang yang melanggar hak cipta lagu seseorang atau justru melindungi seseorang dari barang bajakan. Undang-undang inilah yang menjadi faktor situasional seseorang untuk mendapatkan lagu melalui cara-cara tertentu yang terbaik menurut mereka.

(5) Ketika melakukan analisis kebutuhan informasi, informan tentu menggunakan kemampuan pengetahuan mereka untuk menganalisis apakah lagu tersebut memang mereka butuhkan, dan apakah lagu tersebut sesuai dengan selera mereka. Hal ini terkait dengan apa yang dikatakan oleh Bourdieu yaitu modal kultural, modal yang terdiri dari pengetahuan seseorang, pendidikan seseorang, serta selera.

(6) Setelah melakukan analisis kebutuhan informasi, tahap selanjutnya menurut Bystrom dan Jarvelin adalah memilih tindakan yang akan dilakukan. Dalam memilih tindakan yang akan dilakukan untuk mendapatkan lagu, terdapat tiga tahapan lagi berupa identifikasi alternatif-alternatif yang ada, merangkingnya, dan memilih tindakan. Ketika melakukan identifikasi alternatif-alternatif yang ada, seseorang menggunakan hubungan sosial mereka (modal sosial) dan juga bergantung kepada perangkat apa yang mereka miliki (modal ekonomi) untuk mendapatkan alternatif-alternatif tersebut. Setelah mendapatkan alternatif-alternatif tersebut, seseorang mulai merangking alternatif-alternatif tersebut dengan menggunakan pengetahuan mereka dan selera mereka terhadap lagu (modal kultural). Pada akhirnya mereka akan memilih tindakan yang sesuai berdasarkan rangking tersebut untuk mendapatkan lagu yang mereka inginkan agar diakui dan mendapatkan prestise tertentu (modal simbolik) jika memilikinya terlebih dahulu sebelum rekan-rekannya yang lain.

(7) Implementasi dari pilihan tindakan tersebut dalam mendapatkan lagu berdasarkan hasil wawancara dengan informan terdiri dari mendapatkan melalui membeli, mendapatkan dari teman, dan mendapatkan melalui unduh dari internet. Tindakan-tindakan ini sangat berhubungan dengan modal-modal serta habitus seseorang seperti yang telah dijelaskan secara rinci pada pokok pembahasan

sebelumnya (Analisis Data). Pada intinya adalah seperti berikut, yang pertama adalah ketika memutuskan tindakan untuk membeli, seseorang menggunakan modal ekonomi mereka serta akan membentuk modal simbolik pada dirinya dan juga terpengaruh habitus mereka. Kedua, ketika seseorang memutuskan tindakan untuk mendapatkan melalui teman, seseorang menggunakan modal sosial mereka dan juga membutuhkan modal ekonomi serta terpengaruh juga oleh habitus mereka. Ketiga, ketika seseorang memutuskan tindakan untuk mengunduh, maka dia menggunakan modal sosial, modal kultural, modal ekonomi, dan terpengaruh habitus dari dalam dirinya.

(8) Tahap terakhir dalam perilaku informasi dalam mendapatkan lagu ini adalah evaluasi. Di dalam evaluasi ini, menurut Bystrom dan Jarvelin terdiri atas tiga hasil, yaitu kebutuhan terpenuhi, kebutuhan tidak terpenuhi, dan informasi lebih lanjut dibutuhkan. Seseorang dalam mengevaluasi lagu yang mereka dapatkan tentunya membutuhkan pengetahuan mereka (modal kultural) tentang kualitas lagu, tentang keahlian dalam mencari lagu (modal kultural), serta banyaknya informasi yang mereka dapatkan, apalagi jika kebutuhan yang mereka inginkan tidak terpenuhi dan membutuhkan informasi lebih lanjut mengenai lagu yang mereka inginkan.

(9) Seluruh proses perilaku pencarian informasi untuk mendapatkan lagu ini merupakan "arena" tersendiri bagi setiap seseorang. Adanya ketidakseimbangan modal dalam mendapatkan lagu sehingga terjadi pertarungan-pertarungan di dalamnya sebagai usaha menyeimbangkan distribusi-distribusi modal dalam mendapatkan lagu. Semua pertarungan ini juga dipengaruhi oleh habitus dari masing-masing individu dalam memilih tindakan yang akan mereka lakukan. Pertarungan pada "Arena" ini terjadi pada setiap tahapan dimulai dari analisis kebutuhan informasi mereka, pilihan tindakan, implementasi tindakan, sampai dengan evaluasi yang mereka lakukan sebagai upaya untuk menyeimbangkan modal-modal yang mereka miliki.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis terhadap hasil wawancara dengan informan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku pencarian informasi untuk mendapatkan lagu secara keseluruhan merupakan sebuah "arena". Terjadi pertarungan-pertarungan pada arena tersebut berupa tindakan-tindakan yang terbentuk melalui habitus

mereka sebagai upaya untuk menyeimbangkan distribusi-distribusi modal ekonomi, modal sosial, modal kultural serta modal simbolik. Modal yang sangat sering digunakan informan dalam perilaku pencarian informasi untuk mendapatkan lagu ini adalah modal kultural berupa pengetahuan dan selera mereka. Selain itu, dalam perilaku pencarian informasi untuk mendapatkan lagu, informan cenderung mengabaikan undang-undang yang berlaku di Indonesia tentang hak cipta. Mereka mengabaikan undang-undang ini karena menurut mereka penerapannya masih kurang serta tidak ada hukuman yang nyata bagi orang-orang yang melanggarnya.

Dari hasil kesimpulan yang didapat, saran yang dapat diberikan adalah perlunya ketegasan hukum di Indonesia dalam hal perlindungan hak cipta bagi lagu-lagu yang beredar di Indonesia. Selain itu, saran yang dapat diberikan adalah bahwa kita harus melihat suatu ilmu dari sudut pandang interdisipliner, suatu ilmu pasti berhubungan dengan ilmu yang lainnya, seperti pada penelitian ini yang menggunakan teori Bourdieu pada ilmu perpustakaan sehingga sangat membantu dalam pengembangan ilmu perpustakaan. Penelitian ini juga bisa diteliti lebih lanjut dengan menggunakan disiplin ilmu yang lainnya.

- Heinstrom, J. (2003). Five personality dimensions and their influence on information behavior. *Information Research*, 9(1), p. 165.
- Krikelas, J. (1983). *Information -seeking behavior: Pattern and CFalspts*. Drexel Library Quarterly. 19(2), 5 -20.
- Kuhltau, Carol C. (1991). Inside the searching proses: information seeking from the user's perspective. *Journal of the American Society for Information Science*, 42(5), 362.
- Lee, J. H. and J. Stephen, D. (2004). *Survey of music information needs, uses, and seeking behaviours: preliminary findings*. University of Illinois at Urbana-Champaign. http://people.lis.illinois.edu/~jdownie/ismir2004_survey_downie_draft.pdf
- Plowman, S., & Goode, S. (2009). Factors affecting the intention to download music: Quality perceptions and downloading intensity. *Journal of Computer Information Systems*, 49(4), 84-97.
- Strauss, A. dan Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications
- Widiartanto, Y. H. (2015). *Orang Indonesia unduh 6 juta lagu per hari, sayangnya bajakan*. 10 Maret 2020. <https://tekno.kompas.com/read/2015/11/23/15044857/Orang.Indonesia.Unduh.6.Juta.Lagu.Per.Hari.Sayangnya.Bajakan>.
- Wilson, T. D. (1999). Models in information behaviour research. *Journal of Documentation*, 55(3). Sheffield: Department of Information Study, University of Sheffield.

DAFTAR PUSTAKA

- Bourdieu, P. (1984). *The field of cultural production: essays on art and literature*. <http://web.mit.edu/allanmc/www/bourdieu3.pdf>
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. *Handbook of theory and research for the sociology of education*. Greenwood, p.241-58.
- Byström, K., & Järvelin, K. (1995). Task complexity affects information seeking and use. *Information Processing & Management*, 31(2), 191–213.
- Case, D. O. (2007). *Looking for information: a survey of research on Information Seeking, Needs, and Behaviour*. Amsterdam: Elsevier.
- Fauzi, F. (2014). *Pierre Bourdieu: menyingkap kuasa simbol*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Grenfeil, M. (editor). (2008). *Pierre Bourdieu: key concepts*. Stocksfield: Acumen Publishing Limited
- Hamdi, I. (2017). *Orang Indonesia unduh 2,8 miliar musik secara ilegal setiap tahun*. 10 Maret 2020. <https://bisnis.tempo.co/read/1024167/orang-indonesia-unduh-28-miliar-musik-secara-ilegal-setiap-tahun/full&view=ok>.
- Haryatmoko. (2003). *Etika politik dan kekuasaan*. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.