

**KEBUTUHAN INFORMASI DAN
PERILAKU PENCARIAN INFORMASI
ANGGOTA *HONDA CLASSIC CLUB INDONESIA (HCCI)***

SKRIPSI

**Diajukan untuk Menempuh Ujian Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya**

**ACHMAD MISBAKHUL MUNIB
NIM. 155030707111004**



Dosen Pembimbing :

1. Dr. Imam Hanafi, S.Sos., M.SI
2. Aulia Puspaning Galih, S.IIP., MS

**UNIVERSITAS BRAWIJAYA
FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI PUBLIK
PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN
MALANG
2021**

MOTTO

"Ingatlah Allah saat hidup tak berjalan sesuai keinginanmu. Allah pasti punya jalan yang lebih baik untukmu. Dia lah pengatur scenario terbaik"



LEMBAR PERSEMBAHAN

Terima kasih atas doa serta kesabaran kedua orang tua saya Bapak dan Ibu serta keluarga besar di rumah yang telah menjadi pendukung dan motivator terbesar, baik secara moril maupun materil dalam perjuangan menempuh pendidikan hingga meraih gelar sarjana ini.

Terimakasih teman seperjuangan saya, mahasiswa Ilmu Perpustakaan 2015 khususnya Leni, Cindy, Eri, Sauqi, Ajeng, Nurul, Tiara yang menjadi penghibur dan pendukung. Mabak Fitri, Mabak Wulan, Yesaya yang memberi masukan sekaligus tempat diskusi. Adik-adik prodi Ilmu Perpustakaan Retno, Tio, Nabila, Alif, dan sebagainya yang telah banyak membantu.

Keluarga besar Himpunan Mahasiswa Prodi Ilmu Perpustakaan (HMPIP) Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, khususnya Badan Pengurus Harian periode 2018 Tria, Putmung, Bila, Talita, Nico serta adik-adik lain Haura, Elsy, Febi, Kamel Fariq, Dianne, Rahnita. Terimakasih telah diberi kesempatan untuk belajar dan berproses bersama.



LEMBAR PERSETUJUAN

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Kebutuhan Informasi dan Perilaku Pencarian Informasi Anggota Honda Classic Club Indonesia (HCCI)

Disusun Oleh : Achmad Misbahkhul Munib

NIM : 155030707111004

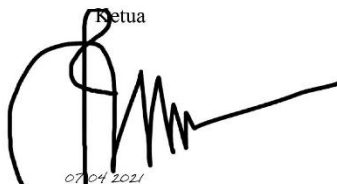
Fakultas : Ilmu Administrasi

Program Studi : Ilmu Perpustakaan

Malang, 6 April 2021

Komisi Pembimbing

Ketua



07/04/2021
Dr. Imam Hanafi, M.Si, MSI
 NIP. 196910021998021001

Komisi Pembimbing

Anggota



Aulia Puspaning Galih, S.IIP., MS
 NIP. 2016079101202001

TANDA PENGESAHAN

Telah dipertahankan di depan majelis penguji skripsi Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya , Pada :

Hari : **Senin**

Tanggal : **03 Mei 2021**

Jam : **09.30 WIB**

Skripsi Atas Nama : **Achmad Misbakhul Munib**

Judul : **Kebutuhan Informasi dan Perilaku Pencarian Informasi
Anggota Honda Classic Club Indonesia (HCCI)**

Dan dinyatakan

LULUS/TIDAK LULUS

Majelis Penguji

Ketua Komisi Pembimbing

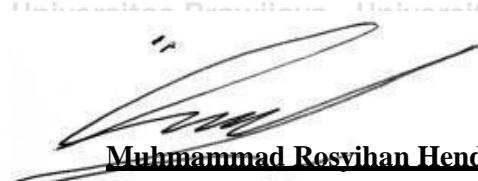
Anggota komisi Pembimbing



Dr. Imam Hanafi, M.Si, MSI
NIP. 19691002 199802 1 001


Aulia Puspaning Galih, S.IP., MS
NIP. 2016079101202001

Majelis Penguji 1

Majelis Penguji 2


Muhammad Rosvihan Hendrawan, STP., M.Hum.
NIP. 198712042019031010


Dra. Welmin Sunviariningsih, M.LiB
NIP. 19560325 198203 2 002

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar – sebenarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dibuktikan terdapat unsur – unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku (UU No 20 Tahun 2003, pasal 25 Ayat 2 dan Pasal 70).

Malang, 15 April 2021




Nama : Achmad Misbahkul Munib

NIM : 155030707111004

Dipindai dengan CamScanner

RINGKASAN

Achmad Misbakhul Munib. 2020. *Kebutuhan Informasi Dan Perilaku Pencarian Informasi Anggota Honda Classic Club Indonesia (HCCI)*. Dr. Imam Hanafi, S.Sos., M.SI dan Aulia Puspaning Galih, S.IIP., MS.

Setiap orang dari berbagai lapisan masyarakat membutuhkan informasi, karena setiap hal yang dilakukan akan membutuhkan informasi sebagai penunjang aktivitas sehari-hari. Sehingga dapat dikatakan bahwa informasi menjadi bahan atau komoditas yang sangat penting dalam pola kehidupan manusia. Begitupun komunitas HCCI dalam menunjang aktifitas clubnya, anggota HCCI tentunya membutuhkan informasi. Dalam memenuhi kebutuhan informasinya orang-orang akan melakukan upaya pencarian informasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebutuhan informasi apa sajakah yang dibutuhkan oleh anggota HCCI dan mengetahui perilaku pencarian informasi serta hambatan dalam melakukan pencarian informasi oleh para anggota HCCI.

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan anggota HCCI. Kriteria pemilihan informan adalah anggota aktif HCCI yang berasal dari beberapa daerah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa anggota HCCI mengalami kebutuhan kognitif yang melatar belakangi dalam melakukan pencarian informasi dari beberapa sumber guna untuk memutuskan pemilihan terhadap barang peralatan sepeda motor yang terbaik. Pada kebutuhan afektif, anggota HCCI melakukan perubahan-perubahan onderdil agar motor semakin menarik dan perbaikan mesin sepeda motor, agar motor semakin nyaman di pakai. Kebutuhan integrasi sosial, para anggota yang bergabung dalam komunitas ini sedari awal dikarenakan ingin memiliki hubungan sesama orang yang memiliki hobi dan ketertarikan sama. Setelah mengetahui kebutuhan informasi, anggota HCCI melakukan upaya pencarian informasi yang memiliki tiga tahapan yaitu perilaku pemustaka sebelum pencarian informasi seperti starting, dan chaining. Tahapan kedua yaitu perilaku pemustaka tahap pencariin informasi seperti browsing, dan tahapan perilaku pemustaka setelah mendapatkan informasi yaitu differentiating, monitoring, dan extracting. Dalam pencarian informasi anggota HCCI memiliki hambatan yaitu hambatan sosial dan hambatan lingkungan tepatnya pada karakteristik sumber pencarian informasi.

Kata kunci: informasi dasar, kebutuhan informasi, perilaku pencarian informasi, sumber informasi, komunitas sepeda motor

SUMMARY

Achmad Misbakhul Munib. 2020. Information Needs and Information Seeking Behavior for Honda Classic Club Indonesia (HCCI) Members. Dr. Imam Hanafi, S.Sos., M.SI and Aulia Puspaning Galih, S.IIP., MS.

Everyone from all circles of life needs information, because every thing that to do will need information to support daily activities. So it can be said that information becomes a very important material or commodity in the pattern of human life. Likewise, the HCCI community in supporting their club activities, HCCI members certainly need information. In fulfilling their information needs people will make efforts to find information. This study aims to determine what information needs are needed by HCCI members and to find out information seeking behavior and barriers to information seeking by HCCI members.

The methodology of research that used was descriptive method with qualitative approach. Data collection technique was carried out by interviewing HCCI members. The criteria for selecting informants were active members of the HCCI from several regions.

The study result shown that HCCI members had cognitive needs as a background in seeking for information from several sources in order to decide on the selection of the best motorcycle equipment. In terms of affective needs, HCCI members make changes in spare parts to make the motorbike more attractive and improve motorcycle engines, so that the motorbike is more comfortable to use. On social integration need, members who join this communit because they want to have relationships with other people who have the same hobbies and interests. After knowing the information needs, HCCI members conduct information search efforts which have three stages, wich were the HCCI members behavior before seeking for information such as starting and chaining. The second stage was HCCI members behavior in the stage of seeking such as browsing, and the HCCI members behavior after getting the information, that were differentiating, monitoring, and extracting. In seeking information, HCCI members have obstacles, such us social and environmental barriers, precisely on the characteristics of information seeking sources.

Keywords: basic information, information needs, information seeking behavior, resources, motorcycle community

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Kebutuhan Informasi dan Perilaku Pencarian Informasi Anggota Honda Classic Club Indonesia”**. Skripsi ini ditempuh sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pada Progam Studi Ilmu Perpustakaan, Jurusan Administrasi Publik, Universitas Brawijaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud dari adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan kepada berbagai pihak, khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Nuhfil Hanani AR., M.S. selaku Rektor Universitas Brawijaya
2. Bapak Prof. Dr. Bambang Supriyono, M.S selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
3. Bapak Drs. Andy Feftha Wijaya, M.DA, Ph.D dan Bapak Dr. Alfi Haris Wanto, S.AP., M.AP., MMG selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
4. Bapak Dr. Muhammad Shobaruddin, MA dan Bapak Nurjati Widodo, S.AP., M.AP selaku Ketua dan Sekretaris Progam Studi Ilmu Perpustakaan Jurusan Admnistrasi Publik Fakulstas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
5. Bapak Dr. Imam Hanafi, S.Sos.,M.SI selaku Ketua Komisi Pembimbing yang telah sabar dalam memberikan petunjuk, dan arahan serta

memberikan motivasi kepada penulis dari awal hingga penyelesaian skripsi ini dengan hasil yang baik.

6. Bapak Aulia Puspaning Galih, S.IIP., MS selaku Anggota Komisi Pembimbing yang telah sabar dalam memberikan petunjuk, dan arahan serta memberikan motivasi kepada penulis dari awal hingga penyelesaian skripsi ini dengan hasil yang baik.

7. Bapak dan ibu dosen Progam Studi Ilmu Perpustakaan Jurusan Administrasi Publik Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang telah memberikan ilmu dan berbagi pengalamannya yang bermanfaat selama ini kepada penulis.

8. Staf tenaga kependidikan yang telah membantu memperoleh informasi yang berguna dalam penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, sehingga masukan kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan sumbangan yang berarti bagi pihak yang membutuhkan.

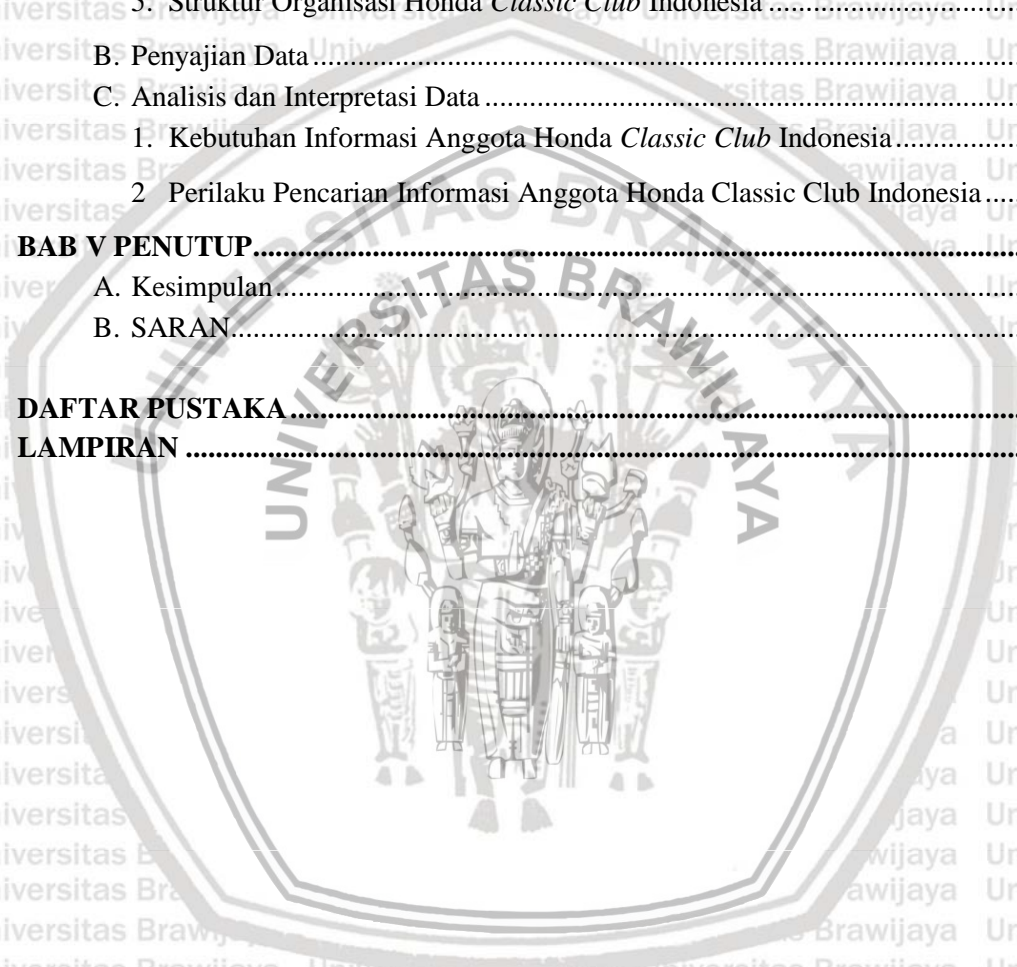
Malang, 8 April 2021

Achmad Misbakhul Munib

DAFTAR ISI

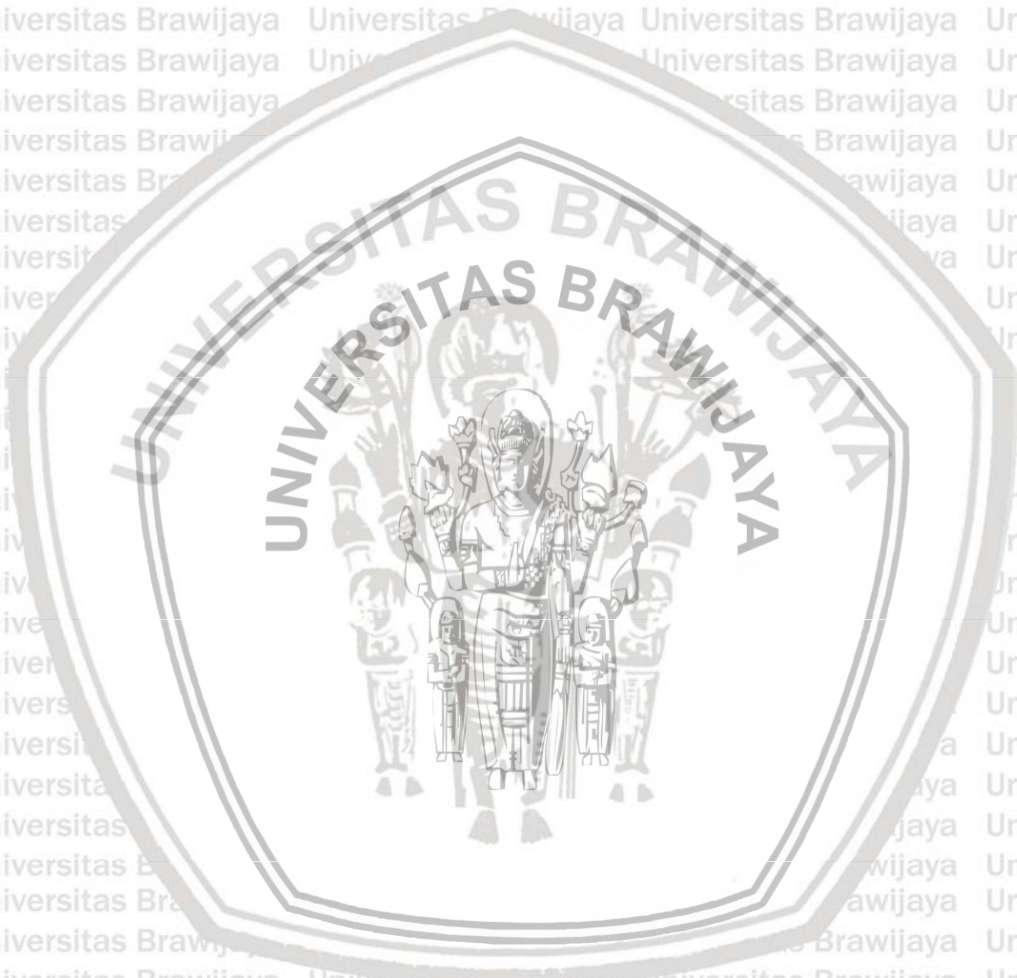
COVER.....	i
MOTTO.....	ii
LEMBAR PERSEMBAHAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	v
RINGKASAN.....	vii
SUMMARY.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kontribusi Penelitian.....	8
E. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Penelitian Terdahulu.....	12
B. Pengertian Informasi.....	18
C. Sumber Informasi.....	21
D. Kebutuhan Informasi.....	27
1. Pengertian Kebutuhan Informasi.....	27
2. Jenis Kebutuhan Informasi.....	28
E. Perilaku Informasi.....	32
1. Pengertian Perilaku Pencarian Informasi.....	32
2. Model Perilaku Pencarian Informasi.....	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	41
A. Jenis Penelitian.....	41
B. Fokus Penelitian.....	41
C. Lokasi.....	43
D. Sumber Data.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	45
F. Instrumen Penelitian.....	47
G. Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	52

1. Sejarah Umum Honda <i>Classic Club</i> Indonesia (HCCI)	52
2. Logo Honda <i>Classic Club</i> Indonesia.....	53
3. Sifat dan Tujuan Honda <i>Classic Club</i> Indonesia	54
4. Fungsi Honda <i>Classic Club</i> Indonesia	54
5. Struktur Organisasi Honda <i>Classic Club</i> Indonesia	56
B. Penyajian Data	57
C. Analisis dan Interpretasi Data	79
1. Kebutuhan Informasi Anggota Honda <i>Classic Club</i> Indonesia	79
2. Perilaku Pencarian Informasi Anggota Honda <i>Classic Club</i> Indonesia	84
BAB V PENUTUP	96
A. Kesimpulan.....	96
B. SARAN.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN	103



DAFTAR TABEL

1. Jumlah peminat motor klasik tahun 2015 - 2019	6
2. Penelitian Terdahulu	177



DAFTAR GAMBAR

1. Model Pencarian Informasi.....	344
2. Model Perilaku Pencarian Informasi Wilson	366
3. Model Perilaku Informasi	377
4. Hubungan antara Kebutuhan, Hambatan dan Perilaku Pencarian Informasi .	399
5. Komponen Analisis Data (Interactive Model)	499
6. Lokasi Tempat Rapat HCCI.....	522



DAFTAR LAMPIRAN

1. Pedoman Wawancara.....	1033
2. Tabel Hasil Penelitian.....	1044
3. Informasi Wawancara Informan.....	107
4. Foto-Foto Pendukung Penelitian.....	108



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pola pikir dan kebutuhan masyarakat dari tahun ke tahun selalu mengalami perkembangan. Perkembangan tersebut erat kaitannya dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi atau yang sering disebut dengan *Information and Communication Technology* (ICT) yang semakin mempermudah masyarakat untuk mendapatkan informasi sesuai yang diinginkan. Menurut Kementerian Negara Riset dan Teknologi (dalam Asmani, 2011: 100) ICT yaitu semua teknologi yang berkaitan dengan pengambilan, pengumpulan, pengolahan, penyebaran, penyimpanan serta penyajian informasi. Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa internet merupakan produk ICT. Prosentase pengguna internet pada tahun 2018 sebesar 64,8% dari populasi penduduk Indonesia 264,16 juta orang (APJII, 2018). Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merambah ke berbagai sektor termasuk juga bidang ekonomi, sosial, budaya, pendidikan, dan berbagai komunitas pun turut menjadi bagian perubahan dari dampak adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

Informasi memuat berbagai hal, selain tentang suatu fakta maupun karya imajinatif, informasi juga berisi wawasan pengetahuan yang berguna dalam kegiatan manusia. Semua orang dari berbagai bidang pasti membutuhkan informasi untuk mempermudah aktivitas mereka. Dari

penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa informasi begitu dibutuhkan oleh semua orang.

Pada era globalisasi ini, informasi dapat diperoleh dengan mudah dan murah. Menurut Yusup (2016:9) informasi merupakan sumber data yang bisa memberikan arti atau makna tanpa mengurangi ambiguitas, ketidakpastian, dan kesulitan interpretasi atau sebaliknya. Banyaknya informasi yang berada di masyarakat tidak semua berkualitas, oleh karena itu perlu adanya penyaringan informasi agar informasi yang diperoleh menjadi baik dan berkualitas.

Informasi sudah menjadi kebutuhan pokok setiap orang baik untuk mengembangkan kualitas pribadi maupun dalam rangka meningkatkan komunikasi dalam kehidupan sosial. Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Republik Indonesia No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, menyatakan bahwa:

“Informasi merupakan keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan baik data, fakta, maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun nonelektronik”.

Akses terhadap informasi termasuk hak asasi manusia yang dilindungi konstitusi, hal ini tercantum pada perubahan kedua UUD 1945 Pasal 28 F tentang Hak Asasi Manusia, menyatakan bahwa:

“Setiap orang berhak berkomunikasi dan memperoleh informasi untuk mengembangkan pribadi dan lingkungan sosialnya, serta berhak untuk mencari, memiliki, menyimpan, mengolah, dan menyampaikan informasi dengan menggunakan segala jenis saluran yang tersedia.”

Setiap orang membutuhkan informasi sesuai dengan kadar kebutuhan dan latar belakang masing-masing. Adapun informasi itu sendiri dapat diperoleh melalui berbagai cara baik secara *online* maupun secara *offline*.

Dalam setiap aktivitas manusia tidak luput dengan adanya kebutuhan informasi. Dimana dalam aktivitas kehidupannya, seorang manusia dikelilingi oleh berbagai informasi karena adanya kebutuhan informasi yang dimiliki dan dirasakan oleh manusia. Selain adanya kebutuhan dari manusia, kemunculan informasi juga terbentuk dan tersebar akibat adanya saluran informasi yang tersedia disekeliling manusia, baik dalam lingkup kehidupan sosialnya.

Menurut Rifai (2014:1,25) Kebutuhan informasi merupakan “keinginan terhadap informasi didasarkan atas pertimbangan prioritas dan kepentingan tertentu”. Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa kebutuhan informasi termasuk kebutuhan yang dipengaruhi oleh prioritas dan latar belakang pencari informasi. Kebutuhan informasi juga dapat dikatakan suatu kondisi dimana kita memerlukan informasi yang relevan dengan kebutuhan.

Dalam memenuhi kebutuhan informasi tersebut diperlukan upaya pencarian informasi. Upaya pencarian informasi tersebut yaitu perilaku pencarian informasi. Perilaku pencarian informasi adalah suatu kegiatan yang dilakukan seseorang untuk mendapatkan informasi. Perilaku pencarian informasi timbul ketika seseorang merasa membutuhkan informasi. Untuk memenuhi kebutuhannya, maka orang tersebut akan mencari informasi

dengan menggunakan berbagai sumber. Perilaku dalam pencarian informasi diistilahkan sebagai *information searching behavior*.

Wilson dalam Pendit (2008) menjelaskan bahwa setelah kebutuhan informasi berubah menjadi aktivitas pencarian informasi, terdapat beberapa hal yang mempengaruhi perilaku tersebut yaitu kondisi psikologis seseorang, kondisi sosial budaya, peran seseorang dalam masyarakat, lingkungan serta karakteristik sumber informasi. Kelima faktor tersebut akan mempengaruhi seseorang dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Begitupun dengan anggota Honda Classic Club Indonesia dalam memenuhi kebutuhan informasinya.

Menurut Wilson(2000) istilah tentang *information searching behavior* merupakan perilaku mencari seseorang ketika berinteraksi dengan sistem informasi. Perilaku ini terdiri dari berbagai bentuk interaksi dengan sistem, baik tingkat interaksi dengan komputer, maupun di tingkat intelektual dan mental. Salah satu model dari perilaku pencarian informasi ialah model dari Ellis dalam Wilson (2000:52) membedakan antara pencarian informasi *seeking behavior* dengan *searching behavior*. *Seeking* merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang masih ditahap belum mengetahui proses dalam pencarian informasi, apabila *searching* yaitu proses kegiatan dalam pencarian informasi, dimana seseorang sudah mengetahui proses, tahap, atau cara menemukan informasi yang relevan.

Beberapa tahapan seseorang dalam melakukan pencarian informasi ialah dari *starting* tahapan merupakan tahapan awal yang dilakukan oleh

seseorang dengan munculnya dorongan untuk mencari informasi dan yang melatar belakangi dalam pencarian informasi pengguna, *chaining* merupakan kegiatan yang menghubungkan adanya kebutuhan informasi dengan pengetahuan dan pengalaman yang sudah dimiliki sebelumnya, *browsing* kegiatan pencarian informasi yang sudah sesuai dengan topik, pencarian ini bisa dilakukan di perpustakaan dan sumber informasi digital, *differentiating* merupakan tahapan dimana seseorang mulai memilah dan memperbandingkan semua sumber informasi dengan tujuan untuk memeriksa kualitas informasi yang sudah diperoleh, *monitoring* pada tahap ini pengguna akan tetap memperhatikan adanya informasi yang terbaru yang dilakukan untuk memantau perkembangan informasi yang sudah diperoleh, *extracting* merupakan tahapan dari seseorang untuk mengambil informasi yang diperlukan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.

Informasi menjadi kebutuhan penting masyarakat guna mendukung pekerjaan sehari-hari. Informasi yang tepat dibutuhkan guna mengelola berbagai macam kegiatan yang dilakukan. Setiap orang dari berbagai lapisan masyarakat membutuhkan informasi sehingga informasi menjadi bahan atau komoditas yang sangat penting dalam pola kehidupan manusia. Salah satu yang membutuhkan informasi adalah club motor.

Menurut Mas'udi (2014) Club motor adalah satu wadah yang dapat menampung aspirasi serta keinginan para anggotanya berdasarkan musyawarah dan mufakat serta kesepakatan pada waktu awal pembentukan oleh para pendirinya dan dapat dilakukan dengan cara perkumpulan untuk

melakukan kegiatan dengan maksud dan tujuan tertentu yang mempunyai struktur organisasi yang jelas dan mempunyai aturan-aturan yaitu ADRT.

Pada dasarnya suatu club itu akan hadir dari satu *hoby* atau ketertarikan yang sama. Misalnya satu *merk* motor dari satu pabrik, kesenangan dalam memodifikasi, dan kegiatan *touring* bersama.

Honda Classic Club Indonesia (HCCI) adalah organisasi sosial kemasyarakatan yang bergerak dibidang otomotif dengan ciri khas motor honda classic dengan *type* s90, cb semua *type*, dan benly semua *type* yang tahun perakitan kendaraan tersebut 1965 sampai 1982. HCCI merupakan club motor Honda yang berdiri pertama di Indonesia pada tahun 2003 di kota Jogjakarta. HCCI membawahi berbagai *club* motor klasik dari setiap kota dan setiap kota hanya memiliki satu *club*. Seperti tujuan adanya HCCI anggota HCCI memiliki kesamaan minat mengenai motor klasik, baik untuk dikoleksi, digunakan sehari-hari maupun untuk diperjual belikan.

Dari tahun ke tahun jumlah anggota HCCI semakin meningkat, berikut tabel peningkatan jumlah anggota HCCI dari tahun 2015 sampai tahun 2019 :

Tabel 1. Jumlah anggota HCCI tahun 2015 - 2019

No.	Tahun	Jumlah Club	Jumlah Anggota
1.	2015	89	1335
2.	2016	97	1373
3.	2017	104	1449
4.	2018	104	1455
5.	2019	110	1491

Sumber : Arsip HCCI 2015 - 2019

Hal ini sejalan dengan semakin meningkatnya peminat maka kebutuhan mengenai peralatan motor atau suku cadang juga meningkat, sedangkan di pasaran untuk berbagai peralatan mengenai motor klasik semakin langka dan sulit untuk dicari. Hal ini membuat anggota HCCI kesulitan untuk mencari kebutuhan motor Honda klasik, dengan adanya permasalahan ini membuat peneliti ingin tahu kebutuhan informasi apa saja yang dibutuhkan dan bagaimana perilaku pencariannya. Untuk itu penulis tertarik mengangkat penelitian yang berjudul “**Kebutuhan Informasi dan Perilaku Pencarian Informasi Anggota Honda Classic Club Indonesia**”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa sajakah kebutuhan informasi anggota Honda *Classic Club* Indonesia?
2. Bagaimana perilaku pencarian informasi anggota Honda *Classic Club* Indonesia?
3. Apa sajakah sumber informasi yang digunakan anggota Honda *Classic Club* Indonesia dalam melakukan pencari informasi?
4. Apa sajakah hambatan pencarian informasi anggota Honda *Classic Club* Indonesia?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan jawaban dan penjelasan atas pertanyaan atau masalah yang telah di kemukakan sebelumnya, yaitu :

1. Mengetahui, menganalisis dan mendeskripsikan kebutuhan informasi anggota *Honda Classic Club* Indonesia.
2. Mengetahui, menganalisis dan mendeskripsikan perilaku pencarian informasi anggota *Honda Classic Club* Indonesia.
3. Mengetahui, menganalisis dan mendeskripsikan sumber informasi yang digunakan anggota *Honda Classic Club* Indonesia dalam melakukan pencari informasi.
4. Mengetahui, menganalisis dan mendeskripsikan hambatan pencarian informasi anggota *Honda Classic Club* Indonesia.

D. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa manfaat positif bagi berbagai pihak yang bersangkutan. Adapun kontribusi penelitian yang ingin dicapai:

1. Kontribusi Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan bidang ilmu perpustakaan dan informasi khususnya mengenai kebutuhan informasi dan perilaku pencarian informasi oleh mahasiswa khususnya dalam kebutuhan informasi khusus (luar

kebutuhan akademik) dan pengenalan informasi kelompok masyarakat tertentu.

- b. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangsih terhadap program studi perpustakaan terkait ilmu informasi yang sangat luas melingkupi berbagai kalangan maupun komunitas sehingga diharapkan program studi ilmu perpustakaan dapat mengembangkan keilmuan dalam membantu pelayanan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat luas dan proses pencarian informasi yang akurat.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan atau masukan bagi peneliti selanjutnya yang memiliki tema yang relevan sekaligus sebagai pertimbangan bagi peneliti selanjutnya mengenai penelitian yang berkaitan dengan Pola Perilaku Pencarian Informasi dengan objek-objek khusus sehingga bisa mengetahui pola pencarian informasi masyarakat dengan luas.

2. Kontribusi Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan baik secara teoritis maupun praktis selama melaksanakan penelitian dan peneliti dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan terutama yang berhubungan dengan topik kebutuhan informasi dan perilaku pencarian informasi.

b. Bagi Anggota HCCI maupun Masyarakat

Memberikan pemahaman tentang proses pencarian informasi dan dapat dijadikan pembelajaran untuk mengetahui proses pencarian informasi yang efektif sehingga kedepannya masyarakat bisa melakukan pencarian yang efektif, dan dapat menghindari penipuan, karena saat ini banyak masyarakat yang lebih mengandalkan pencarian informasi dengan sumber online.

E. Sistematika Pembahasan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara garis besar isi dari skripsi sehingga kerangka laporan penelitian dapat terlihat dengan jelas. Sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari lima bab yang mana tiap bab memiliki satu kesatuan dengan bab lainnya.

Berikut sistematika pembahasan dalam penelitian ini :

BAB I PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah merambah ke berbagai sektor kehidupan manusia yang menyebabkan berkembangnya pula pola pikir dan kebutuhan masyarakat , termasuk kebutuhan informasi suatu komunitas. HCCI merupakan club motor honda paling tua di Indonesia. Peminat HCCI semakin meningkat sehingga kebutuhan mengenai peralatan motor atau suku cadang juga meningkat, sedangkan di pasaran untuk berbagai peralatan mengenai motor klasik semakin langka dan sulit untuk dicari. Hal tersebutlah yang mendasari peneliti ingin mencari tahu apa saja kebutuhan dan perilaku pencarian informasi anggota HCCI.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustakadalam penelitian ini yaitu dari penelitian terdahulu dan tinjauan teoritis yang digunakan oleh peneliti dalam mendukung pelaksanaan penelitian yaitu tentang pengertian informasi, sumber informasi, kebutuhan informasi, perilaku pencarian informasi dan hambatan perilaku pencarian informasi. Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori menurut Ellis mengenai model prilaku pencarian informasi dan Willson mengenai kebutuhan informasi.

BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu kebutuhan informasi dan perilaku pencarian informasi. Lokasi penelitian yaitu di Sekretariatan HCCI yang terletak di Desa Godong, Rt 02 Rw 04 Wironanggan Gatak Sukoharjo Solo. Sumber data yang dipakai yaitu sumber data primer dan sekunder, sedang teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, instrumen penelitian dalam penelitian ini yaitu analisis dokumen dan audio visual teknik analisis data yaitu pengmpulan data, kodensasi data, penyajian data, penarikan kesimpulan.

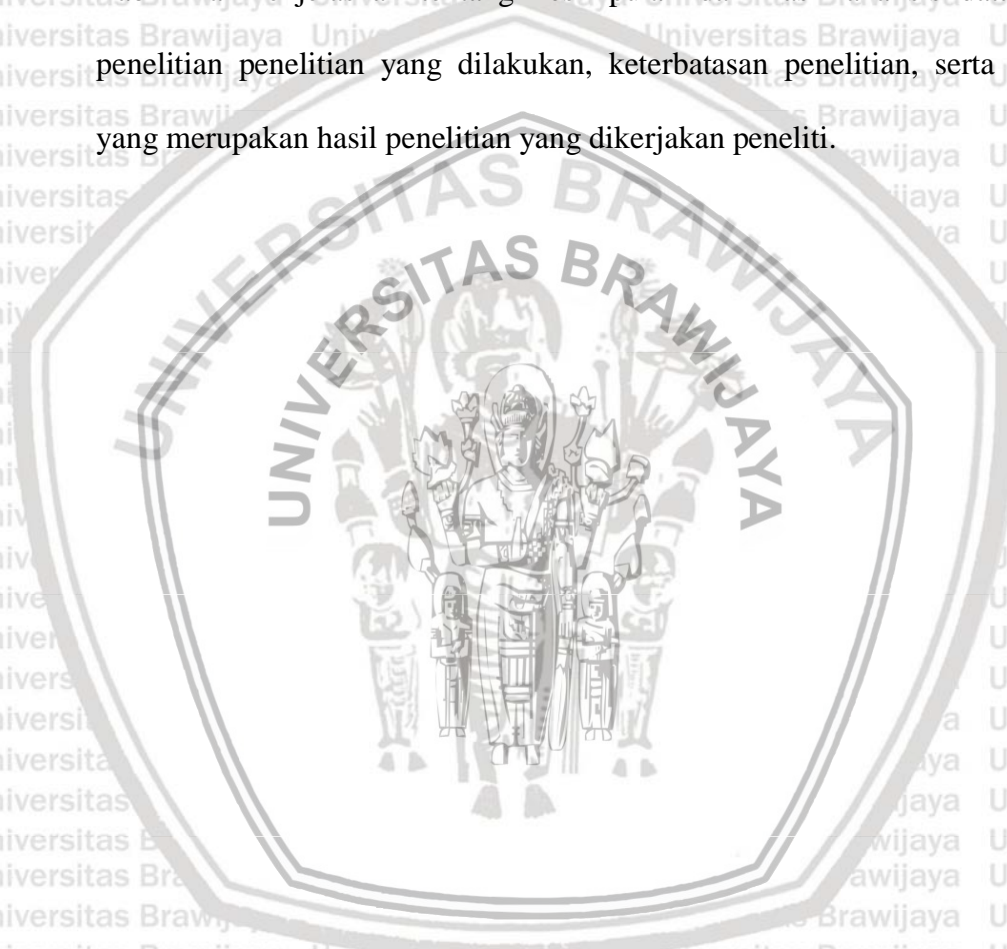
BAB IV PEMBAHASAN

Bab empat menjelaskan tentang gambaran umum Honda Classic Club Indonesia, serta hasil penelitian dan analisis data berdasarkan metode penelitian yang digunakan. Berdasarkan hasil penelitian tersebut akan

diketahui kebutuhan dan perilaku informasi Anggota Honda Classic Club Indonesia.

BAB V PENUTUP

Bab lima menjelaskan tentang kesimpulan dari hasil analisis data dan penelitian penelitian yang dilakukan, keterbatasan penelitian, serta saran yang merupakan hasil penelitian yang dikerjakan peneliti.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan sebagai salah satu acuan penulis dalam menyelesaikan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian dan juga mempermudah dalam menentukan langkah-langkah sistematis untuk penyusunan konsep. Penelitian terdahulu juga berguna untuk membandingkan persamaan dan perbedaan masalah maupun fenomena penelitian yang sudah pernah diteliti oleh peneliti lain dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Berikut merupakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki relevansi serupa dengan penelitian yang dikaji dalam penelitian ini :

1. Muhammd Rizky Pribadi (2019)

Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Rizky Pribadi dari Universitas Brawijaya Malang yang berjudul Analisis Kebutuhan Informasi dan Perilaku Pencarian Informasi Pemustaka Mahasiswadi Perpustakaan Umum dan Arsip Kota Malang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis, dan mendeskripsikan apa saja kebutuhan informasi mahasiswa, perilaku pencarian informasi serta hambatan mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan informasi tersebut. Metode pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif, teknik dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan cara observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi

kepada mahasiswa pengunjung Perpustakaan Umum dan Arsip Kota Malang, dan teknik pengolahan data secara bertahap yaitu mulai dari tahap pengumpulan, pengelompokan, reduksi, analisis dan penyajian data.

Hasil dari penelitian ini mahasiswa mengalami kebutuhan kognitif untuk memenuhi tugas kuliah dan tugas akhir skripsi, pada kebutuhan afektif mahasiswa menggunakan media wifi dan merasa nyaman terhadap tata ruang, pada kebutuhan integrasi personal mahasiswa jarang mencari informasi yang berkaitan dengan kepercayaan, pada kebutuhan integrasi sosial mahasiswa menggunakan perpustakaan sebagai sarana diskusi, dan pada kebutuhan berkhayal ketika mahasiswa merasakan kejenuhan maka mereka membaca novel dan komik. Setelah mengetahui kebutuhan informasi maka mahasiswa melakukan pencarian informasi memiliki tiga tahap yaitu perilaku pemustaka sebelum pencarian informasi seperti *starting*, dan *chaining*. Tahapan kedua yaitu perilaku pemustaka tahap pencarian informasi seperti *browsing*, dan tahapan perilaku pemustaka setelah mendapatkan informasi yaitu *differentiating*, *monitoring*, dan *extracting*. Mahasiswa mengalami hambatan dalam melakukan pencarian informasi yaitu hambatan antar individu, hambatan antar individu, dan hambatan pada lingkungan.

2. Alisa Kansa Putri (2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Alisa Kansa Putri dari Universitas Brawijaya ini berjudul Perilaku Penelusuran Informasi Tentang Musik K-Pop di Twitter (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi

Universitas Brawijaya). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, menganalisis dan mendeskripsikan perilaku penelusuran informasi mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi pada twitter tentang musik K-Pop. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menggunakan kuisioner yang disebar di lingkungan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.

Hasil dari penelitian ini adalah perilaku penelusuran informasi di media sosial twitter, para pengguna yaitu mahasiswa. Para pengguna paling banyak menggunakan *gadget* handphone sebagai alat penelusuran informasinya serta dalam satu bulan para pengguna mengakses media sosial twitter lebih dari 15 kali dengan mengawali masuk ke mesin pencarian terlebih dahulu. Perilaku penelusuran informasi terkait musik K-Pop melalui media sosial twitter sudah baik. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil perolehan data yang terdiri 6 indikator yaitu *starting, chaining, browsing, differentiating, monitoring, extracting*.

3. Syahrizal Fahmi Firmansyah (2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Syahrizal Fahmi Firmansyah yang merupakan mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang ini berjudul *Kebutuhan dan Perilaku Pencarian Informasi Penyutradaraan Teater Cowboy Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan kebutuhan informasi yang mendukung penggarapan

naskah teater sutradara Teater Cowboy Fakultas Peternakan, menganalisis perilaku pencarian informasi sebagai referensi penggarapan naskah teater oleh sutradara Teater Cowboy Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya, mengetahui kendala yang dihadapi Sutradara Teater Cowboy Fakultas Peternakan Teater Brawijaya dalam pencarian informasi Referensi untuk memenuhi kebutuhan informasi penggarapan naskah. Metode pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif murni dan menggunakan pendekatan kualitatif, teknik dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik pengolahan data secara bertahap yaitu mulai dari tahap reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian ini yaitu kebutuhan informasi sutradara mencakup kebutuhan kognitif yang diperoleh melalui observasi literatur, kebutuhan afektif yang diperoleh melalui observasi lapangan, dan kebutuhan personal sutradara yang muncul untuk menguatkan sutradara dan memahami pemikiran penulis naskah menulis naskah yang akan digunakan sutradara, dan sebagai dasar membuat konsep. Kebutuhan personal dipengaruhi oleh latar belakang sutradara, sutradara teater Cowboy sudah mampu untuk mencari informasi yang dibutuhkan dalam memahami naskah dan membuat konsep pementasan. Namun sutradara teater Cowboy terkendala dari diri pribadi masalah kedisiplinan dalam pencarian informasi, malas, urusan pribadi dan jam akademik yang padat adalah kendala yang dialami sutradara secara pribadi, selain itu terkendala penyampaian informasi kepada tim,

dikarenakan perbedaan pendapat dan kedisiplinan tim dalam mengikuti proses kurang, sehingga butuh waktu lebih lama untuk mencari jalan tengah dan menyatukan kesepahaman.

4. Sri Ati Winarsih (2013)

Penelitian ini dilakukan oleh Sri Ati Winarsih dari Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro, Semarang yang berjudul *Kebutuhan dan Perilaku Pencarian Informasi Taruna Angkatan 46 Di Perpustakaan Politeknik Pelayaran Semarang*. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui menganalisis, dan mendeskripsikan apa saja kebutuhan dan perilaku pencarian informasi Taruna angkatan 46. Metode pada penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan menggunakan pendekatan kualitatif, teknik dalam pengumpulan data pada penelitian ini dengan cara observasi, wawancara dan studi dokumentasi kepada Taruna angkatan 46.

Hasil dari penelitian ini Taruna angkatan 46 mengalami kebutuhan informasi untuk menyusun skripsi, kebutuhan informasi untuk mengerjakan tugas, kebutuhan informasi untuk menambah wawasan. Setelah mengetahui kebutuhan informasi maka Taruna angkatan 46 melakukan pencarian informasi dengan 8 tahap yaitu pertama *Starting* memperoleh gambaran informasi, kedua *Chaining* mencatat apa saja informasi yang dibutuhkan, ketiga *Browsing* proses pencarian informasi, keempat *Differentiating* memilih referensi atau literature yang digunakan, kelima *Monitoring* pengamatan informasi yang sesuai dibutuhkan, keenam *Extracting* mencari

informasi yang dibutuhkan dengan menggunakan sumber informasi yang penting, ketujuh *Verifying* Pengecekan ulang terhadap informasi yang telah didapatkan, terakhir kedelapan *Ending* pengecekan tahap akhir terhadap informasi yang ditemukan dengan mengadakan diskusi bersama pihak lain yang dianggap lebih mengetahui permasalahan yang akan dikaji.

Tabel 2. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Objek Penelitian	Teori
1	Muhammd Rizky Pribadi / 2019	Analisis Kebutuhan Informasi dan Perilaku Pencarian Informasi Pemustaka Mahasiswa di Perpustakaan Umum dan Arsip Kota Malang	Mahasiswa di Perpustakaan dan Arsip Kota Malang	Teori Katz, Gurevitch, dan Has
2	Alisa Kansa Putri / 2019	Perilaku Penelusuran Informasi Tentang Musik K-Pop di Twitter (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya	Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Mengetahui Tentang Musik K-Pop	Teori Ellis
3	Syahrizal Fahmi Firmansyah / 2019	Kubutuhan dan Perilaku Pencarian Informasi Penyutradaraan Teater Cowboy Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya	Mahasiswa Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya	Teori Yusuf dan Teori Krikelas

No	Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Objek Penelitian	Teori
4	Sri Ati Winarsih / 2013	Kebutuhan dan Perilaku Pencarian Informasi Taruna Angkatan 46 Di Perpustakaan Politeknik Pelayaran Semarang	Taruna Angkatan 46 Politeknik Pelayaran Semarang	Teori Yusuf, Teori Ellis

Sumber : Data Olahan Peneliti (2019)

Berdasarkan penelitian terdahulu yang sudah dijelaskan diatas persamaannya dengan penelitian ini yaitu sama-sama membahas tentang kebutuhan informasi seseorang serta upaya dalam memenuhi kebutuhan informasi tersebut. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini yaitu objek penelitiannya mahasiswa sedangkan objek penelitian ini yaitu anggota komunitas.

B. Pengertian Informasi

Secara etimologi, informasi berasal dari bahasa Perancis kuno, *informacion*. Istilah tersebut mengambil dari bahasa Latin yaitu *informationem* yang berarti konsep, ide, atau garis besar. Menurut Yusup (2016:40) informasi merupakan sumber data yang bisa memberikan arti atau makna tanpa mengurangi ambiguitas, ketidakpastian, dan kesulitan interpretasi atau sebaliknya. Pengertian lainnya dari Kamus Encarta dalam Yusup (2016:4) mengartikan bahwa informasi merupakan:

1. Informasi adalah pengetahuan, yakni pengetahuan tertentu yang diperoleh atau dipasok melalui sesuatu
2. Fakta-fakta, kumpulan fakta dan data yang sifatnya spesifik

3. Membuat fakta yang dapat dipercaya, komunikasi fakta tentang pengetahuan, pemberitahuan, dan pemberitahuan
4. Data yang diorganisasikan memiliki makna bagi seseorang
5. Dalam bidang hukum, bisa menjadi hasil penetapan bersalah atau tidak dalam kasus kriminal.

Pengertian informasi juga tertuang pada Pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, menyatakan bahwa :

“Informasi merupakan keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan baik data, fakta, maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun nonelektronik”.

Informasi yang berada di masyarakat tidak semua memiliki kualitas, maka dari itu harus adanya penyaring informasi guna memiliki informasi yang berkualitas. Menurut Oetomo (2012:16) kualitas informasi dapat ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu:

- a. Keakuratan dan teruji kebenarannya

Artinya informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan, tidak bias, dan tidak menyesatkan. Kesalahan-kesalahan itu dapat berupa kesalahan perhitungan maupun akibat gangguan yang dapat mengubah dan merusak informasi tersebut.

- b. Kesempurnaan informasi

Untuk mendukung faktor pertama diatas, maka kesempurnaan informasi menjadi faktor yang penting, dimana informasi disajikan menjadi faktor

yang penting, dimana informasi disajikan lengkap tanpa pengurangan, penambahan, atau perubahan.

c. Tepat waktu

Informasi harus disajikan secara tepat waktu, mengingat informasi akan menjadi dasar dalam pengambilan keputusan. Keterlambatan informasi akan mengakibatkan kekeliruan dalam mengambil keputusan.

d. Relevansi

Informasi akan memiliki nilai manfaat yang tinggi, jika informasi tersebut diterima oleh mereka yang membutuhkan, dan menjadi tidak berguna jika diberikan kepada mereka yang tidak membutuhkan.

e. Mudah dan murah

Kini, cara dan biaya untuk memperoleh informasi juga menjadi bahan pertimbangan tersendiri. Bilamana cara dan biaya untuk memperoleh informasi sulit dan mahal. Maka orang menjadi tidak berminat untuk memperolehnya, atau mencari alternatif substitusinya. Biaya mahal yang dimaksud disini, jika bobot informasi tidak sebanding dengan biaya yang harus dikeluarkan. Dan melalui teknologi internet, kini orang atau perusahaan dapat memperoleh informasi dengan murah dan mudah.

Sedangkan fungsi informasi bisa berkembang sesuai bidang-bidang tertentu yang di angkatnya, tidak hanya terbatas pada salah satu bidang atau aspek, namun menyeluruh, hanya bobot dan manfaatnya yang berbeda karena disesuaikan dengan kondisi yang memerlukannya (Yusup, 1995: 11). Pengertian informasi dapat beragam artinya tergantung dari sudut pandang,

latar belakang, dan kepentingan yang menyampaikan dan menerima informasi tersebut. Selain itu, informasi juga dapat di persepsikan berbeda oleh orang yang berbeda, bahkan beberapa informasi yang sama dapat berbeda artinya ketika di terima oleh orang yang berbeda. Hal ini menandakan begitu luasnya pengertian informasi.

C. Sumber Informasi

Menurut Singh yang telah dikutip oleh Ulpah (2016: 19) sumber informasi dikelompokkan dalam dua kategori, yaitu :

a. Sumber dokumenter

Sumber dokumenter merupakan sumber-sumber formal yang mana sumber informasi yang didokumentasikan atau sumber informasi yang tertulis, tercatat maupun terekam. Sumber documenter ini dikelompokkan menjadi tiga, diantaranya :

1) Sumber Informasi Primer/Utama

Merupakan sumber informasi yang berupa karangan asli yang menyajikan gagasan-gagasan asli dari penulis utama dan dipublikasikan dalam sebuah sumber. Maksudnya sumber informasi primer tidak akan ditemui dalam bentuk penerbitan lainnya. Sumber informasi primer

diantaranya :

a) Dokumen Pemerintah

b) Jurnal

c) Laporan Penelitian

d) Prosiding Konferensi

- e) Laporan ekspedisi ilmiah
- f) Paten
- g) Standar
- h) *Trade Literature* (Literatur Perdagangan)
- i) Tesis dan Disertasi

2) Sumber Informasi Sekunder

Merupakan sumber yang memuat informasi hasil dari interpretasi atau kemas ulang dari sumber informasi primer. SSylor dan Hooper dalam Achmad *et.al* (2012: 69) menyebutkan ciri-ciri sumber informasi sekunder sebagai berikut :

- a) Mendeskripsikan, menginterpretasi, menganalisis dan mengevaluasi sumber primer ;
- b) Memberi komentar (mengulas) dan membahas bukti-bukti dari sumber primer;
- c) Merupakan karya yang berjarak satu langkah atau lebih dari peristiwa atau informasi yang acuannya, sebab ditulis sesudah kejadian dan sesudah banyak hal terungkap dan bisa dipelajari.

Sumber-sumber sekunder diantaranya :

- a) Jurnal atau majalah (yang mengulas literature primer)
- b) Indeks dan abstrak
- c) Tinjauan perkembangan (*review of progress*)
- d) Ensiklopedi, kamus, buku pegangan
- e) Karya Tulis

- f) Monograf
- g) Buku teks

3) Sumber Informasi Tersier

Sumber yang tidak mengandung ulasan mengenai disiplin ilmu tetapi hanya memberi ulasan mengenai literature primer dan sekunder. Sumber ini digunakan sebagai alat bantu untuk menggunakan sumber primer dan sekunder. Diantaranya :

- a) Direktori
- b) Bibliografi
- c) Panduan Literatur
- d) Daftar Penelitian yang sedang berjalan
- e) Panduan ke perpustakaan dan sumber-sumber informasi

b. Sumber non dokumenter

Sumber ini merupakan sumber yang tidak didokumentasikan, yaitu sumber informasi dalam bentuk komunikasi lisan atau kata-kata (verbal).

Menurut Ulpah (2016: 19) sumber non dokumenter dikelompokkan menjadi 2, yaitu sumber informasi formal dan sumber informasi informal.

Sumber informasi formal diantaranya radio, TV, *research organizations* sedangkan sumber informasi informal yaitu percakapan dengan para ahli, pertemuan, konferensi maupun percakapan dengan teman.

Sedangkan menurut Rifai (2014: 2.10-2.13) sumber-sumber informasi dapat dibedakan ke dalam sumber informasi primer (*primary sources*), sumber informasi sekunder (*secondary sources*), dan sumber

informasi tersier (*tertiary resources*). Berikut pengertian dari ketiga jenis sumber informasi adalah:

a) Sumber Informasi Primer

Sumber informasi primer, yaitu sumber informasi orisinal pada saat informasi tersebut dihasilkan atau dipublikasikan oleh pembuatnya, karena sifatnya orisinal sumber informasi primer dapat dijadikan sebagai alat bukti. Pengertian lainnya tentang sumber informasi primer menurut Reitz dalam Achmad dkk (2012:64) sumber informasi yang berisikan informasi dari orang pertama atau tangan pertama. Contoh dari sumber informasi primer adalah:

- 1) Pidato
- 2) Laporan Penelitian
- 3) Hasil survey
- 4) Prosiding seminar

b) Sumber Informasi Sekunder

Sumber informasi sekunder yaitu sumber informasi yang dihasilkan dari analisis, interpretasi, evaluasi, modifikasi dan menyusun kembali informasi dari sumber primer untuk tujuan atau target pembaca tertentu. Kebanyakan sumber informasi sekunder ini menganalisis suatu karya atau menyatakan kembali dari karya orang lain, dengan kata lain sumber-sumber informasi sekunder disusun atau dituliskan berdasarkan sumber primer. Contoh dari sumber informasi sekunder ini adalah:

1) Biografi

Kata biografi berasal dari kata Bio berarti hidup dan Grapheine yang berarti menulis, mencatat, maka biografi diartikan sebagai catatan maupun tulisan-tulisan tentang riwayat hidup seseorang atau beberapa orang sejak kecil sampai dewasa yang ditulis seobjektif mungkin.

2) Kamus

Kamus adalah daftar kata yang disusun secara alfabetis, yang tiap kata dianalisis dan diolah menurut asal kata, ucapan, arti maupun cara pemakaiannya.

3) Ensiklopedia

Ensiklopedi berasal dari bahasa Inggris *Encyclopaedia* yang berarti pendidikan umum. Koleksi ini biasanya digunakan untuk menjawab pertanyaan mengenai latar belakang yang berkaitan dengan informasi umum.

4) Bibliografi

Berasal dari bahasa Yunani *biblion* yang berarti buku dan *graphien* yang berarti menulis. Jadi bibliografi merupakan daftar deskriptif berbagai terbitan yang disusun menurut pola tertentu.

5) Majalah

Majalah yaitu merupakan jenis terbitan berkala yang berisikan sekumpulan artikel yang merupakan kontribusi/sumbangan dari beberapa pengarang/wartawan dari majalah itu sendiri.

c) Sumber Informasi Tersier

Sumber informasi tersier, yaitu sumber informasi yang merupakan hasil pemilahan dan kumpulan dari sumber primer dan sekunder. Contoh sumber informasi tersier ini adalah :

1) Almanak

Almanak menyajikan informasi mengenai fakta, statistik serta informasi dasar tentang berbagai hal, misalnya mengenai kependudukan, bisnis, olahraga, pemerintahan dan pertanian.

Almanak ini pada umumnya terbit setahun sekali.

2) Kronologi

Menurut KBBI urutan waktu dari sejumlah kejadian atau peristiwa.

3) Direktori

Menurut A.L.A *Glossary of Library Terms* dalam Yusup (2016:210) adalah susunan daftar nama orang atau organisasi yang disusun secara sistematis, yang pada umumnya diurutkan berdasarkan abjad.

4) Buku Panduan.

Menurut Wiliam A. Katz dalam Saleh (2010:77) buku pedoman adalah berupa buku petunjuk bagaimana melakukan atau melaksanakan suatu proses atau kegiatan.

Dapat disimpulkan bahwa sumber informasi merupakan sumber informasi yang terdapat di perpustakaan untuk menunjang kebutuhan

informasi kepada pemustaka, dan sumber informasi pada perpustakaan dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu, sumber informasi primer, sumber informasi sekunder, dan sumber informasi tersier.

D. Kebutuhan Informasi

1. Pengertian Kebutuhan Informasi

Istilah kebutuhan memiliki beberapa definisi, menurut Drever (1988) menjelaskan bahwa kebutuhan merupakan suatu keadaan yang ditandai dengan perasaan kekurangan atau keinginan sesuatu, atau keinginan perwujudan tindakan tertentu. Sedangkan menurut Line (dalam Batley, 2007:19) istilah kebutuhan (*need*) hampir sama atau ambigu dengan istilah keinginan (*want*), permintaan (*demand*), dan menggunakan (*use*). Menurutnya kebutuhan adalah apa yang seseorang harus miliki, sedangkan keinginan adalah apa yang seseorang ingin miliki, disisi lain permintaan merupakan apa yang seseorang minta, dan menggunakan adalah apa yang seseorang benar-benar digunakan. Perbedaan mendasar antara kebutuhan dan keinginan yaitu bahwa mungkin seseorang tidak membutuhkan apa yang dia inginkan. Jadi dapat dikatakan bahwa tidak semua yang kita inginkan adalah sesuatu yang kita butuhkan.

Menurut Rifai (2014:1.25) Kebutuhan informasi merupakan “keinginan terhadap informasi didasarkan atas pertimbangan prioritas dan kepentingan tertentu”. Sedangkan menurut Sulisty-Basuki, (2014:393) kebutuhan informasi merupakan kebutuhan yang diinginkan oleh seseorang demi memenuhi informasi di bidang penelitian, pekerjaan, dan

kepuasan rohaniah. Menurut Sulisty-Basuki (2004:394) menjelaskan bahwa kebutuhan informasi dapat ditentukan oleh beberapa hal, yaitu:

- a) Kisaran informasi yang tersedia,
- b) Penggunaan informasi yang akan digunakan,
- c) Latar belakang, motivasi, orientasi profesional, dan karakteristik masing-masing pemakai,
- d) Sistem sosial, ekonomi, dan politik tempat pemakai berada,
- e) Konsekuensi penggunaan informasi.

2. Jenis Kebutuhan Informasi

Menurut Nicholas (2000:21) menguraikan hubungan kata 'kebutuhan informasi' berasal dari tiga kebutuhan dasar manusia, yaitu kebutuhan fisiologis (kebutuhan akan makanan, tempat tinggal, dll); kebutuhan psikologis (kebutuhan akan rasa aman, dll); kebutuhan kognitif (kebutuhan akan perencanaan sesuatu, belajar tentang sesuatu keterampilan). Menurut Wilson (1981:9) menyebut ketiga kebutuhan tersebut sebagai kebutuhan fisiologis (kebutuhan akan makan, air, tempat tinggal); kebutuhan afektif (terkadang disebut sebagai kebutuhan psikologis atau emosional, seperti kebutuhan akan dominasi, pencapaian, dll); dan kebutuhan kognitif (kebutuhan untuk merencanakan, untuk mempelajari keterampilan). Wilson menjelaskan bahwa tiga kebutuhan tersebut dengan informasi saling berhubungan. Kebutuhan fisiologis akan memunculkan kebutuhan afektif, kebutuhan afektif akan mencetuskan kebutuhan kognitif.

Sedangkan Katz, Gurevitch, dan Has dalam Yusup (2016:142-143)

menjelaskan tentang kebutuhan informasi dibagi menjadi lima jenis, yaitu:

a) Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan ini merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang untuk memperkuat atau menambah informasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan ini juga dapat memberikan kepuasan atas hasrat keingintahuan dan penyelidikan seseorang yang sudah diinginkan.

b) Kebutuhan Afektif

Kebutuhan ini berkaitan dengan penguatan estetis, yang mampu membuat seseorang menjadi senang, dan pengalaman-pengalaman emosional lainnya. Berbagai media dalam hal ini juga sering dijadikan alat untuk mengejar kesenangan dan hiburan.

c) Kebutuhan Integrasi Personal (*personal integrative needs*)

Kebutuhan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu. Kebutuhan-kebutuhan ini berasal dari hasrat seseorang untuk mencari harga diri. Misalnya seseorang membutuhkan peningkatan ilmu agama dan perkembangan keilmuan.

d) Kebutuhan integrasi social (*social integrative needs*)

Kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan hubungan dengan keluarga, teman, dan orang lain didunia. Kebutuhan ini didasari oleh hasrat seseorang untuk berkelompok dengan orang lain seperti belajar bersama atau diskusi di perpustakaan.

e) Kebuthan berkhayal (*escapist needs*)

Kebutuhan ini berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan untuk melarikan diri, melepaskan ketegangan, dan hasrat untuk mencari hiburan, seperti membaca novel, komik, dan lainnya.

Lalu selanjutnya ada empat jenis kebutuhan terhadap informasi menurut Guha dalam Ulumi (2014:8.5) yaitu:

- 1) *Current need approach*, yaitu pendekatan kepada kebutuhan pengguna informasi yang sifatnya mutakhir. Pengguna berinteraksi dengan sistem informasi dengan cara yang sangat umum untuk meningkatkan pengetahuannya. Jenis pendekatan ini perlu ada interaksi yang sifatnya konstan antara pengguna dan sistem informasi.
- 2) *Everyday need approach*, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna yang sifatnya spesifik dan cepat. Informasi yang dibutuhkan pengguna merupakan informasi yang rutin dihadapi oleh pengguna.
- 3) *Exhaustic need approach*, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan dan relefansi dan lengkap.
- 4) *Catching-up need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas, tetapi juga lengkap khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subyek yang diperlukan dan hal-hal yang sifatnya relevan.

Adapun faktor yang mempengaruhi kebutuhan informasi dijelaskan oleh Thanuskodi dalam Achmad (2012:55) yaitu,

- a. Faktor sosial, faktor yang dipengaruhi karena adanya informasi dari masyarakat dari wilayah tertentu, sehingga situasi ini mampu seseorang untuk mencari informasi. Seperti, informasi terkait dengan pendidikan, seks, dan musik.
- b. Faktor Politik, pada situasi ini seseorang akan mencari sebuah informasi tentang pertahanan, kebebasan berbicara, kebebasan mengeluarkan pendapat, hak-hak asasi manusia yang dikarenakan pemerintahannya menggunakan sistem dictator.
- c. Faktor Geografis, lokasi geografis mampu memungkinkan seseorang untuk mencari informasi.
- d. Faktor pendidikan, faktor yang mempengaruhi seseorang dari tingkat pendidikannya, karena tingkat pendidikan mempengaruhi seseorang untuk mencari informasi. Seseorang semakin tinggi tingkat pendidikannya maka kebutuhan informasinya lebih kompleks.

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat diketahui bahwa kebutuhan informasi ada kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, Kebutuhan Integrasi Personal (*personal integrative needs*), Kebutuhan integrasi social (*social integrative needs*), Kebutuhan berkhayal (*escapist needs*). Adapaun faktor yang mempengaruhi kebutuhan informasi yaitu faktor politik, faktor geografis, faktor pendidikan.

E. Perilaku Informasi

1. Pengertian Perilaku Pencarian Informasi

Menurut Yusup dan Subekti (2010:100) Perilaku pencarian informasi muncul disaat seseorang mempunyai kebutuhan informasi, dan berupaya memenuhi kebutuhan tersebut. Segala tingkah laku manusia yang memerlukan, memikirkan, memperlakukan, mencari dan memanfaatkan informasi dari beragam sumber dan media penyimpanan informasi lain, itu juga termasuk dalam pengertian perilaku informasi. Sedangkan menurut TD Wilson dalam Ulumi (2014:8.4) menjelaskan bahwa perilaku informasi merupakan proses melingkar yang langsung berkaitan dengan pengolahan dan pemanfaatan informasi dalam konteks kehidupan seseorang. Perilaku informasi suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia dalam mencari dan memanfaatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya (Lawanda, 2015:31). Wilson mengatakan adanya perbedaan didalam perilaku informasi, dia menjelaskan tentang perilaku informasi yaitu:

a) Perilaku Informasi (*Information Behavior*)

Perilaku informasi merupakan suatu proses yang dilakukan oleh seseorang dari adanya faktor yang mempengaruhi seperti pencarian, pengolahan hingga pemanfaatan informasi. Informasi yang diperoleh berasal dari komunikasi secara langsung dengan orang lain dan informasi secara pasif seperti melihat iklan dan mendengarkan berita.

b) Perilaku Pencarian Informasi (*Information Seeking Behavior*)

Pencarian informasi merupakan salah satu kegiatan seseorang dalam memenuhi kebutuhan untuk mencapai suatu tujuan, sehingga seseorang berinteraksi dan mengidentifikasi kebutuhan informasi yang dibutuhkan.

c) Perilaku Penelusuran Informasi (*Information Searching Behavior*)

Pada pencarian informasi adanya suatu proses yaitu penelusuran informasi yang langsung mampu untuk berinteraksi dengan sistem informasi. *Boolean* merupakan salah satu cara seseorang dalam penelusuran informasi yang spesifik didalam database jurnal.

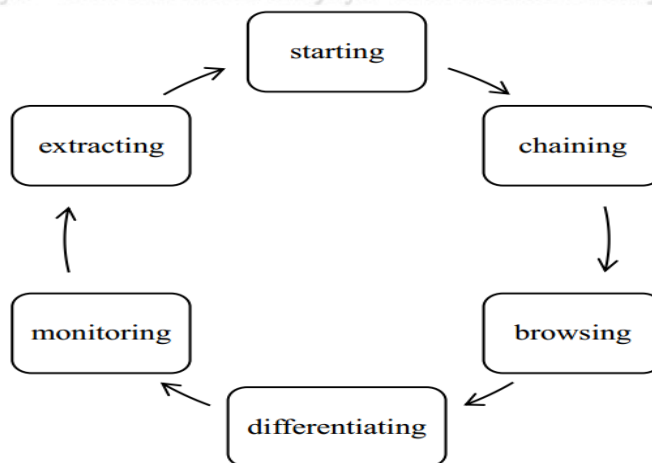
d) Perilaku Pengguna Informasi (*Information User Behavior*)

Penggunaan informasi merupakan kegiatan terakhir dalam proses perilaku informasi, setelah informasi sudah diperoleh maka seseorang akan memilah informasi yang akan dibutuhkan seperti membandingkan informasi baru dengan pengetahuan yang sudah dimiliki sebelumnya.

2. Model Perilaku Pencarian Informasi

Berikut ini merupakan model-model dari perilaku pencarian informasi menurut beberapa ahli:

a) Model Ellis



Gambar 1. Model Pencarian Informasi

Sumber: Laksmi (2006)

Model perilaku informasi Menurut Ellis dalam Laksmi (2006:42) model yang telah dikembangkan dalam pencarian informasi (*seeking information*) dapat dibagi menjadi tiga kegiatan yaitu:

a) Pencarian *User* Sebelum Pencarian Informasi

1) *Starting*, tahapan starting merupakan tahapan awal yang dilakukan oleh seseorang dengan munculnya dorongan untuk mencari informasi dan yang melatarbelakangi dalam pencarian informasi pengguna.

2) *Chaining*, merupakan kegiatan yang menghubungkan adanya kebutuhan informasi dengan pengetahuan dan pengalaman yang sudah dimiliki sebelumnya. Suatu kegiatan awal yang dilakukan dengan cara mengidentifikasi referensi sebagai

acuan, seperti berkonsultasi kepada bidang ahlinya dan bisa langsung mencari sumber informasi di perpustakaan.

b) Perilaku Pemustaka Tahap Pencarian Informasi

3) *Browsing*, kegiatan pencarian informasi yang sudah sesuai dengan topik, pencarian ini bisa dilakukan di perpustakaan dan sumber informasi digital.

c) Perilaku Pemustaka Setelah Mendapatkan Informasi

4) *Differentiating*, merupakan tahapan dimana seseorang mulai memilah dan memperbandingkan semua sumber informasi dengan tujuan untuk memeriksa kualitas informasi yang sudah diperoleh kegiatan memilah informasi yang diperoleh dengan cara melihat pengarang, sumber informasi, dan kualitas pada informasi tersebut.

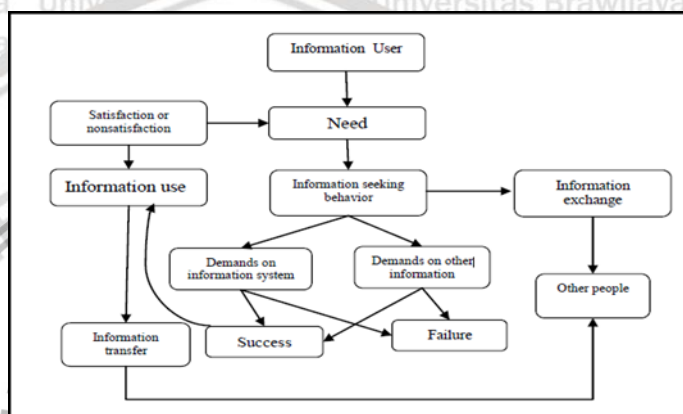
5) *Monitoring*, pada tahap ini pengguna akan tetap memperhatikan adanya informasi yang terbaru (*up to date*) dan yang mutakhir, kegiatan yang dilakukan untuk memantau perkembangan informasi yang sudah diperoleh.

6) *Extracting*, merupakan tahapan dari seseorang untuk mengambil informasi yang diperlukan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.

b) Model Wilson

Wilson menjelaskan tentang perilaku pencarian informasi dibagi menjadi dua model, model yang pertama menjelaskan tentang

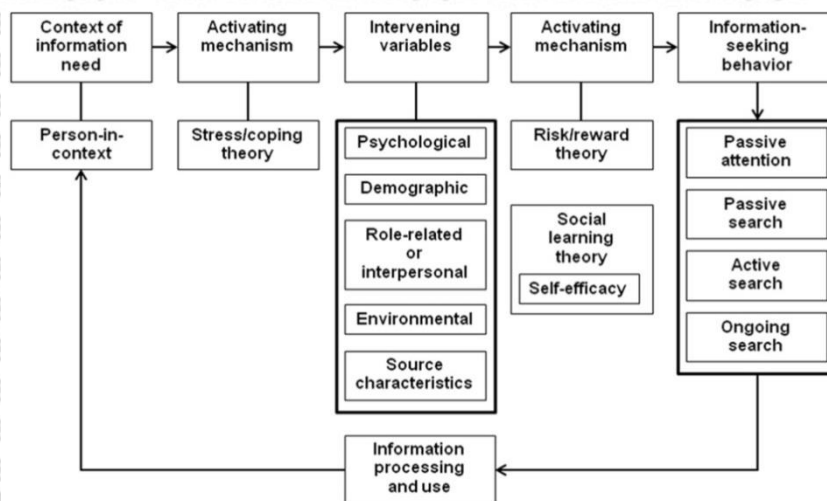
kebutuhan informasi didalam perilaku informasi, pada model ini dibuat pada tahun 1981. Model yang kedua menjelaskan tentang bagaimana seseorang dalam pencarian informasi didalam perilaku informasi, pada model ini dibuat tahun 1996.



Gambar 2. Model Perilaku Pencarian Informasi Wilson

Sumber: Wilson (2006)

Gambar diatas menjelaskan tentang *information seeking behavior* atau *information searching*, pada teori ini dimulai dengan adanya kebutuhan informasi pada pemustaka sehingga melakukan permintaan sumber informasi lainnya dan permintaan sistem informasi, hasil dari pencarian informasi pada pemustaka yaitu sukses dan gagal. Ketika pencarian informasi tersebut sukses, informasi tersebut akan digunakan untuk *sharing* informasi kepada orang lain, dan kegiatan ini disebut pertukaran informasi. Model yang kedua dari perilaku pencarian informasi Wilson adalah sebagai berikut:



Gambar 3. Model Perilaku Informasi

Sumber: *Jurnal of Documentation*, 1999

Model kedua dari teori Wilson ada beberapa hal yang mempengaruhi perilaku informasi Wilson dalam Ulumi (2014:8.3-8.4) adalah:

- 1) Kondisi psikologis, merupakan faktor internal yang ada didalam diri pribadi seseorang. Sehingga seseorang memiliki permasalahan yang berbeda-beda dan cenderung untuk ingin memecahkan permasalahan yang ada.
- 2) Demografis, menurut Wilson faktor demografis menjelaskan bahwa adanya perbandingan di dalam kelas sosial didalam masyarakat seperti umur, dan tingkat pendidikan yang dapat mempengaruhi seseorang dalam pemenuhan kebutuhan informasi di perilaku informasi.
- 3) Peran seseorang di masyarakatnya, merupakan hubungan interpersonal dalam diri seseorang sehingga mampu memengaruhi perilaku informasi. Misalnya, peran

seorang dosen dengan mahasiswanya, dan dari pustakawan dengan mahasiswa dengan cara bertanya dan mendapatkan informasi.

4) Lingkungan, dalam hal ini adalah lingkungan merupakan sebuah sarana terdekat maupun lingkungan yang lebih luas dalam pemenuhan kebutuhan informasi dan sarana berdiskusi.

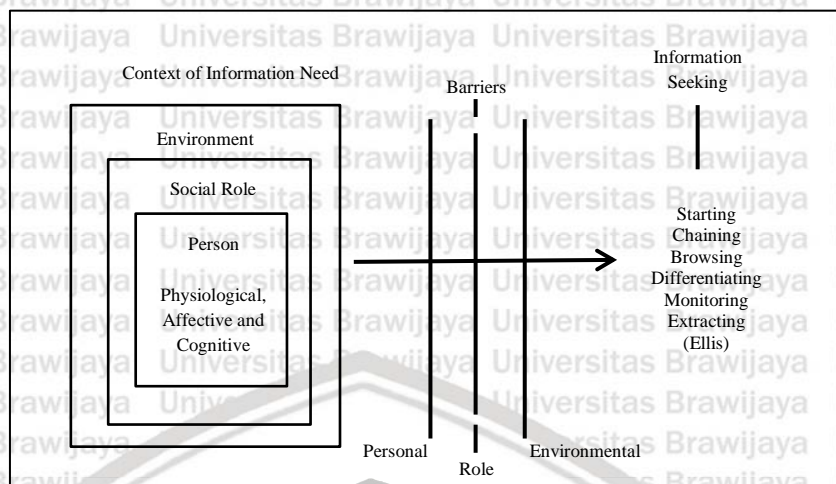
5) Karakteristik sumber informasi, atau lebih jelasnya karakter media yang akan digunakan dalam mencari dan menemukan informasi.

Dapat disimpulkan bahwa dari kelima faktor diatas menurut Wilson akan sangat berpengaruh dalam berperilaku informasi sehingga mampu untuk memenuhi kebutuhan informasi.

F. Hambatan Pencarian Informasi

Hambatan menjadi bagian dari proses pencarian informasi yang dilakukan individu. Hambatan dalam pencarian informasi merupakan kendala maupun segala hal yang menghalangi seseorang dalam mendapatkan informasi tertentu (Savolainen dalam Muliyadi: 2016).

Hambatan yang terjadi dalam proses pencarian informasi ini disebut Intervening Variable dari perilaku pencarian informasi (Wilson, 1997: 556).



Gambar 4. Hubungan antara Kebutuhan, Hambatan dan Perilaku Pencarian Informasi

Sumber : Wilson (1981)

Wilson memisah variabel *barriers* menjadi tiga jenis , diantaranya :

1. Karakter Pribadi

- a. Faktor kognitif dan psikologis, merupakan faktor terkait motivasi individu dalam berperilaku. Adanya konflik dalam kognisi individu yang membuat individu tidak nyaman dan akan berupaya mencari jalan keluar untuk memecahkan konflik tersebut dengan suatu jalan penyelesaian.
- b. Tekanan Selektif, keadaan yang mana seseorang lebih terbuka dengan gagasan yang sejalan dengan minat, kebutuhan maupun sikap mereka. Saat dihadapkan pada informasi yang tidak sejalan dengan hal yang mereka inginkan maka mereka akan menutup diri.
- c. Tingkat pendidikan dan dasar pengetahuan yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi proses pencarian informasi mereka.
- d. Karakteristik emosional merupakan kendala yang berkaitan dengan kondisi mental dan juga emosional saat pencarian informasi.

e. Variabel demografis, kendala berupa usia, jenis kelamin, status sosial ekonomi dan lain sebagainya.

2. Faktor Sosial (Hambatan Sosial/ Interpersonal/ *Role Related*)

Hambatan jenis ini terjadi ketika seseorang diharuskan berhubungan dengan orang lain selama proses pencarian informasi. Kendala dalam hal ini bisa dalam bentuk sikap seseorang.

3. Faktor Lingkungan (Hambatan Lingkungan dan sekitarnya)

a. Waktu, kurangnya waktu yang dimiliki seseorang dalam melakukan pencarian pasti menjadi kendala tertentu.

b. Geografi, usia dan lokasi seseorang juga mempengaruhinya dalam mendapatkan informasi.

c. Budaya Nasional, perbedaan budaya nasional akan mempengaruhinya dalam memperoleh informasi.

d. Hambatan Ekonomi, masalah ekonomi dalam pencarian informasi, berada pada dua kategori yaitu keekonomisan biaya dan nilai waktu.

e. Karakteristik sumber informasi, dalam hal ini terdapat beberapa kendala, diantaranya kurangnya sumber informasi yang mudah diakses atau dikenakan biaya yang terlalu tinggi, kredibilitas (sumber informasi yang tidak dapat diandalkan atau dipercaya dalam hal kualitas dan ketepatan informasi), saluran informasi.

Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat diketahui bahwa setiap pencarian informasi akan mengalami hambatan yaitu karakter pribadi, faktor sosial, faktor lingkungan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2014:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami tentang fenomena yang dialami oleh subjek penelitian seperti perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik. Sedangkan menurut Creswell (2016:4) Penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna dari sejumlah individu atau sekelompok orang yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.

Dalam penelitian kualitatif ini peneliti berupaya untuk mengamati, menganalisis, mendeskripsikan dan memahami kebutuhan dan perilaku pencarian informasi komunitas HCCL. Penelitian ini juga mencari tahu hambatan pencarian informasi komunitas HCCL. Penelitian kualitatif akan menghasilkan data deskriptif yaitu berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini dimaksudkan untuk membatasi objek kajian agar peneliti tidak terjebak pada banyaknya data di lapangan, dan untuk menghindari dari data yang tidak relevan dengan permasalahan dan tujuan penelitian (Spradley dalam Sugiyono, 2008:285-288). Sedangkan menurut Creswell (2015:182) dalam mengantarkan dan menfokuskan studi diperlukan

pernyataan permasalahan yang baik, tujuan yang jelas dan pertanyaan jelas tentang penelitiannya.

Adapun fokus dalam penelitian ini terkait dengan kebutuhan dan perilaku pencarian informasi pada HCCI ialah sebagai berikut:

1. Kebutuhan informasi

- a. Kebutuhan kognitif
- b. Kebutuhan afektif
- c. Kebutuhan integrasi personal
- d. Kebutuhan integrasi sosial
- e. Kebutuhan berkhayal

2. Perilaku pencarian informasi

- a. *Starting*
- b. *Chaining*
- c. *Browsing*
- d. *Differentiating*
- e. *Monitoring*
- f. *Extracting*

3. Sumber Informasi

- a. Sumber Dokumenter
- b. Sumber Non Dokumenter

4. Hambatan pencarian informasi

- a. Karakter Pribadi
- b. Faktor Sosial (Hambatan Sosial/ Interpersonal/ *Role Related*)

c. Faktor Lingkungan (Hambatan Lingkungan dan sekitarnya)

C. Lokasi

Lokasi penelitian dari penelitian ini adalah Sekretariat HCCI yang terletak di Desa Godong, Rt 02 Rw 04 Wironanggan Gatak Sukoharjo Solo.

Adapun pertimbangan yang mendasari peneliti dalam pemilihan lokasi penelitian ialah:

1. HCCI merupakan salah satu komunitas Honda yang berdiri pertama di Indonesia.
2. Kebutuhan Informasi Honda klasik semakin meningkat seiring meningkatnya peminat Honda klasik.

D. Sumber Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategis dalam penelitian, sebab tujuan utama dari penelitian ialah mendapatkan data untuk memecahkan permasalahan penelitian. Pengumpulan data dapat menggunakan data primer dan data sekunder. Menurut Creswell (2015:219) bentuk-bentuk data kualitatif dikelompokkan menjadi empat tipe informasi dasar: pengamatan (mulai dari nonpartisipan hingga partisipan), wawancara (dari yang tertutup hingga yang terbuka), dokumen (dari yang bersifat pribadi hingga yang bersifat publik dan bahan audiovisual (mencakup foto, CD dan VCD). Sedangkan menurut Lofland dalam Moleong (2014:157) sumber data utama didalam penelitian kualitatif merupakan kata-kata, tindakan, dan selebihnya merupakan data tambahan seperti dokumen. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu :

1. Data Primer

Data Primer merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber utama penelitian. Data tersebut dapat berupa hasil wawancara, catatan penelitian ketika dilapangan, maupun dokumentasi penelitian. Menurut Moleong (2011:157) sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman *video/audio tapes*, pengambilan foto atau film.

Data Primer dalam penelitian ini didapat dari pengamatan dan wawancara secara mendalam dengan informan yang berhubungan dengan penelitian. Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel dengan sengaja dan memiliki kriteria tertentu dalam penentuan informan. Ketentuan atau syarat pemilihan informan yaitu anggota aktif HCCI.

Dari penentuan pemilihan informan, maka peneliti memilih informan sebagai berikut:

1. Bapak Setyawan Ari Wibowo selaku Ketua HCCI
2. Bapak Rudianto selaku koordinator Wilayah Jawa Timur dan Bali
3. Bapak Dolly selaku koordinator Wilayah Jawa Tengah
4. Bapak Ahmad Wahyudi selaku koordinator Wilayah Jawa Barat
5. Bapak Joko selaku koordinator Wilayah Sumatra
6. Bapak Taufik Rusmar selaku koordinator Wilayah Aceh
7. Bapak Arifin selaku penjual *sperpart* sepeda motor tua

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung oleh peneliti melalui pihak perantara. Data sekunder dapat disebut data pendukung dalam penelitian. Data sekunder dapat berupa dokumen, catatan, maupun arsip yang memiliki keterkaitan dengan penelitian. Adapun data sekunder pada penelitian ini berasal dari dokumen yang diperoleh dari HCCI yaitu buku tahunan HCCI.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah penting dalam sebuah penelitian ilmiah, data yang dihasilkan diharapkan dapat menjawab sekaligus memecahkan permasalahan penelitian, oleh sebab itu data tersebut harus valid dan akurat. Menurut Creswell (2016:254-266) dalam pengumpulan data terdapat empat strategi yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan materi audio-visual. Adapun teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Creswell (2016:254) observasi kualitatif merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan peneliti yang akan terjun langsung ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas setiap individu-individu di lokasi penelitian. Menurut Sugiyono (2011:145) observasi dibagi menjadi dua yaitu observasi partisipan dan observasi non partisipan. Observasi partisipan adalah observasi yang melibatkan peneliti dengan kegiatan yang sedang diamati. Dengan observasi partisipan ini, maka data yang

diperoleh akan lebih lengkap, tajam dan sampai mengetahui pada tingkat makna dari setiap perilaku yang tampak. Observasi nonpartisipan yaitu suatu observasi dimana peneliti tidak terlibat langsung dan hanya sebagai pengamat independen. Pengumpulan data dengan observasi nonpartisipan ini tidak akan mendapat data yang mendalam dan tidak sampai pada tingkat makna, yaitu nilai – nilai dibalik perilaku yang tampak, yang terucap dan yang tertulis. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik observasi partisipan yang mana nanti peneliti langsung terlibat dalam kegiatan penelitian, yaitu peneliti juga menjadi anggota aktif HCCI.

2. Wawancara

Teknik yang dilakukan dalam pengumpulan informasi pada penelitian ini menggunakan teknik wawancara, menurut Nazir (2014:170) wawancara adalah suatu proses untuk memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan melakukan tanya jawab kepada partisipan. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur, menurut Esterberg dalam Sugiyono (2017:233) wawancara jenis ini merupakan pelaksanaan secara bebas yang memiliki tujuan untuk menemukan permasalahan secara terbuka, dimana pihak yang diwawancarai diminta pendapat dan idenya. Adapun informan dalam penelitian ini yaitu anggota aktif HCCI.

3. Analisis Dokumen

Peneliti mengumpulkan dokumen-dokumen yang berupa dokumen publik (misalnya, koran, makalah, laporan kantor) ; dokumen privat (misalnya, buku harian, diari, surat, *e-mail*) serta audio visual yang merupakan rekaman suara wawancara dan foto saat melakukan pengamatan.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dalam memecahkan masalah dan mencapai tujuan penelitian. Instrumen yang ada dalam penelitian ini ialah:

1. Peneliti

Peneliti kualitatif berperan mengidentifikasi bias, nilai, dan latar belakang pribadinya secara refleksif dan berperan dalam memperoleh data dalam lokasi penelitian dan masalah etis yang saja muncul-muncul tiba-tiba, Creswell (2016:251). Peneliti berperan sebagai instrumen kunci ketika melakukan penelitian di lokasi dan situs penelitian.

2. Panduan observasional

Panduan ini bisa berupa satu lembar kertas dengan garis pemisah ditengah untuk membedakan catatan deskriptif (deskripsi mengenai informan, rekonstruksi dialog, mengenai ranah fisik, peristiwa, dan aktivitas tertentu) dengan catatan refleksi (pengetahuan pribadi peneliti).

Selain itu, juga bisa disertakan informasi demografis seperti jam, tanggal dan lokasi peneliti saat itu berada dalam situs penelitian, Creswell (2016:259). Peneliti membuat panduan observasional untuk memudahkan

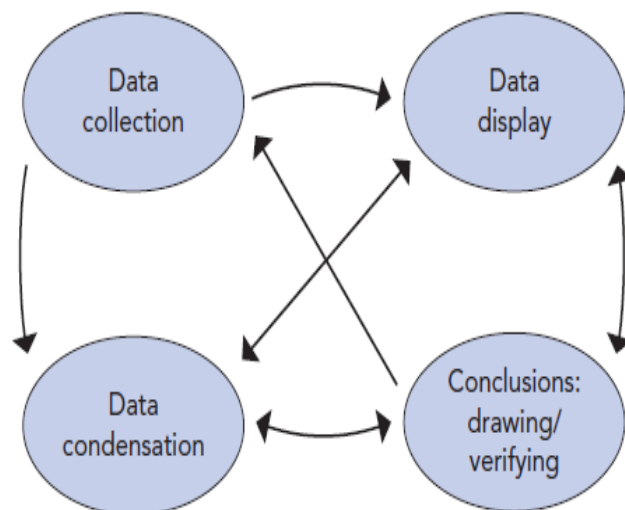
pengamatan di lapangan terkait situs yang diteliti. Panduan observasional berupa lembaran yang berisi catatan dan gambar hasil pengamatan.

3. Panduan wawancara

Menurut Creswell (2016:259) panduan wawancara digunakan peneliti ketika mengajukan pertanyaan dan merekam jawaban-jawaban selama wawancara. Peneliti merekam informasi dari wawancara dengan membuat catatan menggunakan tulisan tangan.

G. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2008:427) analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami. Analisis data adalah proses menguraikan jawaban dari suatu pertanyaan permasalahan selama penelitian. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model analisis menurut Miles dan Huberman. Model analisis menurut Miles dan Huberman bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu: data kondensasi (*data condensation*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*drawing/ verifying conclusion*). Berikut analisis data model Miles dan Huberman:



Gambar 5. Komponen Analisis Data (Interactive Model)

Sumber: Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2013)

1. Pengumpulan data (*data collection*)

Pengumpulan data merupakan kegiatan mencari data / informasi dari sumber data dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang sudah dijelaskan sebelumnya. Pada penelitian kualitatif ini data yang didapatkan dari informan berupa lisan yang kemudian diubah kedalam bentuk tulisan untuk direduksi.

2. Kondensasi data (*data condensation*)

Kondensasi data merupakan kegiatan yang mengacu pada pemilahan, memfokuskan atau mengubah bentuk catatan lapangan, transkrip wawancara, ataupun data empiris lainnya. Dengan data kondensasi kita membuat data yang diperoleh menjadi lebih kuat. Kondensasi data ini dilakukan terus-menerus dari awal penelitian sampai pada akhir penelitian.

3. Penyajian Data (*data display*)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan lain sebagainya. Menurut Miles dan Huberman menyatakan yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data maka akan mudah untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya apa yang telah dipahami.

4. Penarikan Kesimpulan/verifikasi (*conclusion drawing/verification*)

Langkah ketiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles dan Haberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Misalnya dari data hasil wawancara yang diperoleh. Dari data yang sudah melalui proses reduksi dan *display*, maka data tersebut disesuaikan dengan teori yang sudah ada, jika dalam data dan teori terdapat satu hubungan atau kesamaan, maka peneliti tinggal mengambil garis besar dari penelitian tersebut disesuaikan dengan permasalahan dalam penelitian.

H. Keabsahan Data

Keabsahan data merupakan ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik Triangulasi data. Triangulasi merupakan pembuktian yang berusaha mengkombinasikan beberapa metode dengan menggunakan bahan-bahan empiris, sudut pandang, dan pengamatan yang teratur sehingga menjadi suatu strategi dalam menambah kekuatan, keluasan, dan kedalaman suatu penelitian, Salim (2006:35).

Penelitian ini menggunakan uji keabsahan triangulasi sumber. Teknik ini dilakukan dengan cara melakukan pengecekan data dari beberapa sumber. Data yang telah dianalisis dari beberapa sumber tersebut dikumpulkan sehingga dapat dihasilkan suatu kesimpulan. Sumber tersebut dapat berupa hasil wawancara dari beberapa informan penelitian. Triangulasi sumber dimaksudkan untuk mengetahui kebutuhan dan perilaku pencarian informasi anggota HCCI, sehingga membutuhkan beberapa sumber sebagai sumber informasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Umum Honda *Classic Club* Indonesia (HCCI)



Gambar 6. Lokasi Tempat Rapat HCCI
Sumber :: Hasil Dokumentasi Oleh Peneliti 2019

Honda *Classic Club* Indonesia (HCCI) adalah organisasi sosial kemasyarakatan yang bergerak dibidang otomotif dengan ciri khas motor honda *classic* dengan *type* s90, cb semua *type*, dan benly semua *type* yang tahun perakitan kendaraan tersebut 1965 sampai 1982. Asal mula berdirinya HCCI diawali dari rasa kedaerahan menjadi nasional, diawali grebek syuro di Kabupaten Ponorogo merambat pertemuan di Lamongan mengundang *club-club* yang di Jawa Timur dan Jawa Tengah dan teretus di obyek wisata Bati Kabupaten Tuban dengan hasil kesepakatan di Kota Tuban akhirnya terkonsep ide yang terjalin di bumi perkemahan

Babaksari Jogjakarta yang mencakup wilayah Jawa Timur, Jawa Tengah Daerah Istimewa Jogjakarta, Jawa Barat, dan Pulau Sumatra yang diwakili oleh Provinsi Lampung. Dari pertemuan tersebut disepakati dari komunitas kedaerahan di rubah menjadi Komunitas Nasional melalui wadah organisasi otomotif yang bernama HCCI. HCCI membawahi berbagai *club* motor klasik dari setiap kota dan setiap kota hanya memiliki satu *club*. Seperti tujuan adanya HCCI anggota HCCI memiliki kesamaan minat mengenai motor klasik, baik untuk dikoleksi, digunakan sehari-hari, maupun untuk diperjual belikan.

2. Logo Honda Classic Club Indonesia



Logo HCCI seperti pada gambar diatas terdiri dari warna dasar hitam yang memiliki arti suatu dasar yang kuat jika berpijak untuk membangun suatu organisasi serta melambangkan kekuatan yang hakiki dan tak mudah luntur di makan jaman. Selanjutnya lingkaran bendera merah putih memiliki arti kebinekaan dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia. Kemudian lambang sayap menggambarkan kecintaan akan kebebasan dalam berkumpul, kebebasan dalam mengeluarkan pendapat, kebebasan dalam berkreasi, kebebasan dalam mengeluarkan ide-ide

untuk kemajuan organisasi (Honda). Kemudian tulisan HONDA CLASSIC CLUB INDONESIA menunjukkan identitas organisasi dan tulisan S90Z – BENLY – CB – C70/50 menunjukkantype dan karakteristik anggota organisasi.

3. Sifat dan Tujuan Honda Classic Club Indonesia

- HCCI bersifat kekeluargaan dan Nasionalis.
- HCCI bertujuan membina komunitas yang ada di Indonesia agar lebih memahami suatu wadah organisasi dengan mematuhi peraturan yang ditetapkan dan mengarahkan pemikiran yang sehat dalam dunia otomotif.
- Membantu dan mendukung komunitas Honda klasik yang tergabung dalam HCCI.
- HCCI sebagai pelapor lalu lintas senantiasa melakukan transformasi UU lalu lintas yang berlaku agar mengurangi angka kecelakaan lalu lintas dijalan raya pada umumnya.
- Semua anggota HCCI sepakat memajukan dan membangun HCCI lebih kedepan.

4. Fungsi Honda Classic Club Indonesia

Keberadaan komunitas Honda Classic Club Indonesia tentunya memiliki fungsi, diantaranya :

a. Memperoleh identitas

Setiap club ataupun komunitas pasti punya ciri khas masing-masing.

Seperti *club* motor yang mempunyai ciri khas yaitu menggunakan

seragam *club* motor berupa jaket, kaos, ataupun rompi motor. Setiap komunitas pasti ingin terlihat lebih baik dari *club* lainnya. Salah satu hal terpenting dalam mengikuti sebuah *club* motor adalah mendapatkan identitas dari *club* tersebut sehingga mendapat pengakuan dari *club* maupun anggotanya itu sendiri.

b. Melakukan kegiatan sosial

Selain melakukan kopardar dan juga touring, HCCI juga kerap melakukan kegiatan sosial kepada masyarakat, yaitu dengan mengadakan bakti sosial dan membantu korban gunung Merapi dengan menggunakan dana kas atau bisa juga anggaran dasar yang rutin dilakukan penggalangan dana setiap bulanya, bakti sosial ini biasanya dilakukan dengan memilih tempat panti asuhan sebagai sarana untuk menyalurkan bentuk kepedulian mereka terhadap masyarakat dengan tujuan untuk meringankan beban mereka.

c. Menyalurkan hobi

Tiap orang selalu memiliki hobi, namun tidak semuanya dapat menyalurkan hobi tersebut dan tidak sedikit orang yang sukses karena menekuni hobinya, menurut mereka hobi bukanlah sekedar hobi saja melainkan sebagai sumber mata pencaharian karena hobi yang mereka tekuni tersebut menjadi sebuah ladang bisnis yang menjanjikan. Beberapa orang beranggapan bahwa suatu bisnis yang bermula dari hobi dapat berhasil karena orang-orang tersebut melakukannya dengan setulus hati, karena apabila mengerjakan sesuatu sesuai dengan hobi

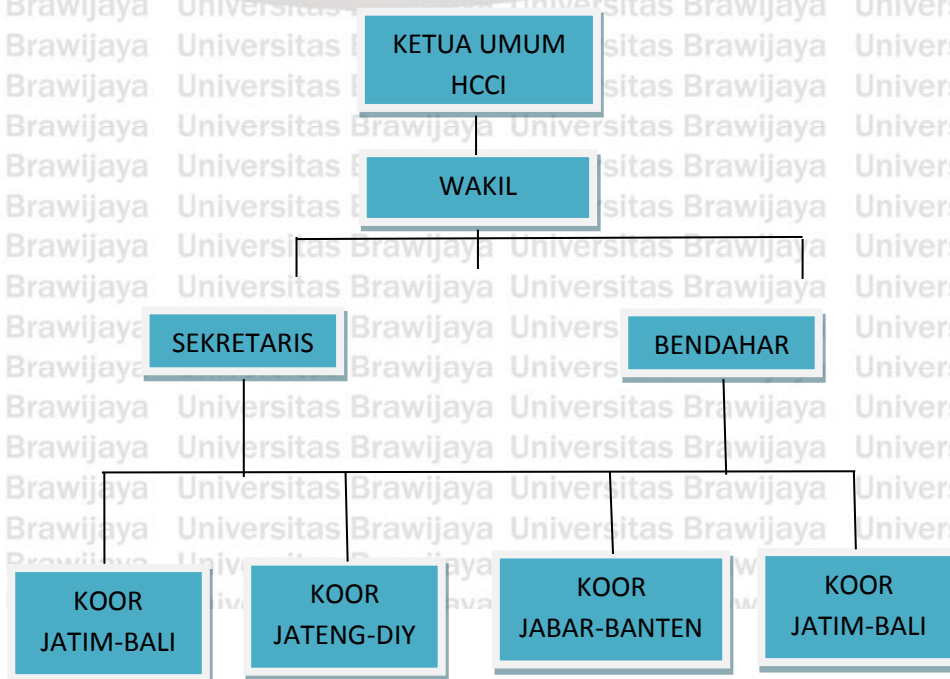
itu dapat menghilangkan stres, rasa bosan serta menjadikan hidup semakin bermakna. Sebuah hobi memodifikasi sesuatu dari yang biasa menjadi lebih baik dan menarik tentunya diperlukan, ide dan kreatifitas seseorang yang tentunya tidak dimiliki oleh setiap orang.

Modifikasi motor adalah suatu cara untuk menyalurkan hobi secara positif. Bukan hanya sekedar hobi, bahkan dari adanya memodifikasi motor juga dapat menghasilkan uang.

d. Membuka peluang bisnis

Untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun kebutuhan orang lain beberapa anggota HCCI ada yang mempunyai pekerjaan sampingan yaitu dengan melakukan jual beli *spareparts* bahkan juga ada yang bekerja sebagai mekanik mesin dan *custom body* atau rangka motor. Sehingga kegiatan ini dapat membantu meningkatkan kebutuhan ekonomi dari anggota dan juga dapat membantu mempermudah keperluan anggota lainnya yang hendak memodifikasi kendaraanya.

5. Struktur Organisasi Honda Classic Club Indonesia



**SUSUNAN PENGURUS HCCL
(Honda Classic Club Indonesia)
Periode 2016-2019**

Ketua : Setyawan Ari Wibowo (MHCS Solo)

Wakil Ketua : Syaiful (HCT X-Pan Lampung)

Sekretaris : H. Dadang Erianto (BIDIC Karawang)

Bendahara : Riyan Bagus Riyadi (KML Klaten)

Koordinator wilayah

Korwil Jawa Timur-Bali : Rudianto (Choke Kediri)

Korwil Jawa Tengah-DIY : Dolly Wijaya (HCW Wonogiri)

Korwil Jawa Barat-Banten : A.Wahyudi Dompas (HCOM

Majalengka)

Korwil Sumatra : Joko (HOTCLASK Kotabumi)

Korwil Aceh : Taufiq Rusmar C (HOKA Aceh)

B. Penyajian Data

1. Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil data penelitian ini didapatkan bahwa anggota Honda *Classic Club* Indonesia memiliki beberapa kebutuhan informasi untuk menunjang kegiatan *touring* serta *maintenance* sepeda motor dan anggota Honda *Classic Club* Indonesia juga melakukan beberapa proses pencarian informasi untuk memperoleh *sparepart* terbaik dengan *starting*, *chaining*, *browsing*, *differentiating*, *monitoring*, *extracting* dengan penjabaran selengkapnya sebagai berikut :

1) Kebutuhan Informasi Anggota Honda Classic Club Indonesia

Menurut Sulisty-Basuki (2014:393), kebutuhan informasi merupakan kebutuhan yang diinginkan oleh seseorang demi memenuhi informasi di bidang penelitian, pekerjaan, dan kepuasan rohaniah. Kebutuhan informasi terjadi karena adanya kesenjangan (*gap*) dalam diri manusia antara pengetahuan yang dimiliki dengan informasi yang dibutuhkannya. Sehingga kebutuhan informasi akan muncul apabila terdapat faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan pencarian informasi. Setiap orang membutuhkan informasi sebagai bagian dari tuntutan kehidupannya, penunjang kegiatannya, dan pemenuhan kebutuhannya. Seperti halnya dengan HCCI, suatu komunitas yang anggotanya memiliki kesamaan minat terhadap motor Honda klasik baik untuk dikoleksi, digunakan sehari-hari, maupun untuk diperjual belikan pasti membutuhkan informasi guna untuk memenuhi kebutuhannya ataupun menunjang kegiatan kelompoknya. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Setyawan sebagai ketua umum HCCI yaitu:

“Sebagai pencinta motor *classic* saya sering membutuhkan informasi *sparepart* sepeda motor karena sebelum berangkat touring saya selalu mengecek keadaan sepeda motor bagian mana yang perlu diganti dikarenakan jika sudah melakukan perjalanan dan mengalami kerusakan akan lebih sulit mendapatkan *sparepart* yang dibutuhkan”

Sependapat dengan informan sebelumnya ada informan bernama Bapak Wahyudi yang merupakan Koordinator Wilayah Jawa

Barat menyatakan bahwa:

“Pasti perlu mas, anak komunitas motor seperti kita pasti membutuhkan info terkait berkakas/onderdil maupun mesin-mesin sepeda motor, ya soalnya kita suka ya pasti merawatnya”

Hal senada dari informan sebelumnya, ada informan bernama

Bapak Taufik Koordinator Wilayah Aceh yang mengungkapkan bahwa:

“Kalau informasi saya rasa butuh terus dek, apalagi ini hobi saya kan pada motor klasik, peralatan alat-alatnya juga ga disemua toko sepeda motor ada, jadi perlu informasi baik dari temen maupun nyari-nyari di internet gitu”

Dari beberapa pernyataan tersebut dapat kita simpulkan bahwa anggota HCCI pasti membutuhkan informasi terutama untuk perawatan kendaraan klasik mereka. Setelah itu peneliti memfokuskan jenis kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh anggota HCCI. Dalam memenuhi informasi tentang ketersediaan peralatan sepeda motor, kebutuhan Informasi anggota HCCI dapat di bagi menjadi tiga jenis kebutuhan informasi yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, dan kebutuhan integrasi sosial.

a. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan ini merupakan suatu kegiatan yang dilakukan seseorang untuk memperkuat atau menambah informasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang akan lingkungannya.

Kebutuhan ini juga dapat memberikan kepuasan atas hasrat keingintahuan dan penyelidikan seseorang yang sudah diinginkan.

Pada anggota HCCI adanya kebutuhan kognitif ini melatarbelakangi anggota HCCI dalam melakukan pencarian informasi dari beberapa sumber guna untuk memutuskan pemilihan terhadap barang peralatan sepeda motor tersebut. Dalam pemenuhan kebutuhan tersebut maka anggota HCCI akan memikirkan dan mempertimbangkan banyak hal agar mendapatkan peralatan yang bagus dan cocok untuk sepeda motornya. Hal ini selaras dengan penjelasan dari penelitian yang dilakukan oleh Syahrizal Fahmi Firmansyah yang berjudul Kebutuhan dan Perilaku Pencarian Informasi Penyutradaraan Teater Cowboy Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya bahwa kebutuhan kognitif sutradara teater cowboy Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya diperoleh melalui observasi literatur, sedang dalam penelitian ini observasi sama dengan menelaah kebutuhan sepeda motor klasik, mencari tahu informasinya dan melakukan pencarian. Seperti yang di paparkan oleh Bapak Joko selaku Koordinator Wilayah Sumatra yang mengungkapkan:

“Kebutuhan kita sebagai pecinta motor klasik tentu lebih pada cara perawatan motor agar motor tetap oke dan bisa berfungsi dengan baik alias tidak gampang rusak. Sehingga dalam pemilihan alat motor klasik pun tidak bisa asal-asalan. Kita tentunya mencari tahu apa yang dibutuhkan motor, kemudian pasti akan mencari beberapa informasi terkait alat yang terbaik dan harga yang paling ramah di kantong dek”

Informan selanjutnya yaitu Bapak Dolly selaku Koordinator

Wilayah Jawa Tengah juga berpendapat selaras dengan pendapat informan sebelumnya, bahwa pemikiran kognitif dibutuhkan kedalam pertimbangan pemilihan.

“Loh ya pastilah mas, masak mau beli alat ga difikirkan atau pertimbangkan dulu, Ya pasti semuanya perlu pertimbangan soalnya nantikan berpengaruh pada keputusan pembelian kita, tentang merk terbaik untuk bagian tertentu itu apa, kualitasnya yang bagaimana”

Selanjutnya Pak Taufik juga menambahkan pernyataan.

“Saya rasa sih semuanya membutuhkan informasi untuk menambah pengetahuan dan pemahaman terhadap sesuatu ya, termasuk saya dan teman-teman, selama ini kebutuhan utama kami sebagai HCCI lebih ke cara perbaikan sepeda motor, karena pada beberapa kasus kerusakan sangat susah di perbaiki, bisa jadi karena kurang ahli atau alat perbaikannya kurang bagus”

Informan selanjutnya juga setuju dengan pernyataan informan-informan sebelumnya yaitu dari Pak Arifin selaku anggota HCCI serta penjual *sparepart* sepeda motor tua.

“Dalam masalah pembelian *sparepart* tentunya harus di sesuaikan dengan bagian yang dibutuhkan sepeda motor, pertimbangan diantaranya itu biasanya merk sama harga yang terjangkau sih, dan ada beberapa teman meski sudah mendapat *sparepart* yang bagus, adakalanya sepeda motor masih rewel (*trouble*), beberapa teman masih kesulitan memperbaiki masalah kerusakan sepda yang rumit”



Gambar 7. Gambar Sparepart yang sering dibutuhkan anggota HCCI

Sumber: Hasil Dokumentasi Peneliti (2020)

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa kebutuhan kognitif yang digunakan dalam pemenuhan informasi terkait cara perbaikan sepeda motor yang kerusakannya rumit dan pemenuhan kebutuhan peralatan sepeda motor klasik agar para anggota tidak salah dalam mengambil keputusan pembelian yang tentunya diinginkan anggota HCCI yaitu dapat mendapatkan alat terbaik sesuai kebutuhan agar sepeda motor tidak gampang rusak dan dengan harga yang terbaik pula.

b. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan ini berkaitan dengan penguatan estetis, yang mampu membuat seseorang menjadi senang, dan pengalaman-pengalaman emosional lainnya. Dalam hal kebutuhan informasi anggota HCCI, kebutuhan afektif ini berkaitan dengan modifikasi sepeda motor klasik yang dimiliki para anggota dengan tampilan yang indah, unik. Sehingga para anggota melakukan perubahan-perubahan onderdil agar motor semakin menarik dan membuat anggota menjadi lebih keren dan senang dalam melakukan touring.

Hal ini didukung oleh pernyataan dari Bapak Taufik :

“Setelah perbaikan bagian sparepart motor untuk melakukan perjalanan, saya juga memperhatikan tampilan dari sepeda klasik honda saya ini, harus kelihatan ganteng dong”

Hal senada dari informan sebelumnya, Informan bernama Pak Arifin mengungkapkan bahwa:

“Karena hobi saya barang yaitu sepeda motor jadi kan perlu di perlihatkan tampilannya agar menarik di depan orang-orang, kalau tampilannya bagus kan pasti senang dan pede buat *touring*”

Sejalan dengan itu informan bernama Pak Rudianto mengungkapkan bahwa:

“Ya.. gini dek, sepeda kalau di pakai nyaman terus bagus itu pasti yang diinginkan pecinta motor seperti kita, gawe ayam koyo doi gitulo”

Pada pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa kebutuhan afektif anggota HCCI untuk mendapatkan perasaan bahagia dan sesuai tujuannya dalam hobi motor yaitu sepeda motornya yang enak dipakai dan penampilannya yang menarik.

c. Kebutuhan Integrasi Sosial

Kebutuhan ini berkaitan dengan adanya penguatan hubungan dengan keluarga, teman, dan orang lain didunia.

Kebutuhan ini didasari oleh hasrat seseorang untuk berkelompok dengan orang lain seperti belajar bersama atau diskusi tentang hobi yang sama. Pada anggota HCCI yang memang pada dasarnya merupakan suatu komunitas pasti anggotanya memiliki ketertarikan yang sama akan sesuatu. Apalagi pada HCCI, sebagai sesama

pecinta motor klasik, kegiatan yang ada pasti kegiatan touring bersama-sama untuk menyalurkan hobi mereka. Hal ini sesuai dengan penelitian dari Muhammad Rizky Pribadi yang berjudul Analisis Kebutuhan Informasi dan Perilaku Pencarian Informasi Pemustaka Mahasiswa di Perpustakaan Umum dan Arsip Kota Malang, untuk kebutuhan integrasi social mahasiswa yang datang ke perpustakaan akan saling bertemu dan ketika membutuhkan informasi yang selaras mereka akan berdiskusi untuk membahas terkait informasi yang mereka butuhkan, begitupun dengan anggota HCCI yang memiliki kesamaan hobi dan bertemu di dalam wadah HCII sehingga muncul penguatan hubungan sesama anggota.

Seperti penjelasan dari Bapak Dolly:

“Sebagai anak *touring* tentu mas yang kita inginkan kekompakan semua anggota, jadi kayak tujuan dari kita berkumpul memang untuk kegiatan bersama-sama, menjalin komunikasi dan *sharing* tentang motor”

Sependapat dengan informan sebelumnya, Pak Arifin

mengungkapkan:

“Ya jelas, keinginan kita ya berhubungan satu sama lain dengan sesama anggota HCCI karena dari awal bergabung ke komunitas memang tujuannya mencari teman”

Selanjutnya ada informan yaitu Pak Rudianto yang juga

menyatakan:

“Dari dulu saya memang suka sama motor-motor klasik, namun dulu sebelum gabung ke HCCI, saya seperti merasa monoton untuk menjalani hobi ini, hanya sekedar perbaikan motor saja seperti ada yang kurang. Setelah menjadi anggota HCCI saya merasa memiliki teman untuk *sharing*

dan membuat saya lebih senang, bisa *sharing* terkait hobi mengasikkan kan”

Kesimpulan yang dapat diambil dari kebutuhan integrasi sosial anggota HCCI yaitu mereka dapat menyalurkan hobi dan *sharing* sesama pecinta motor klasik sehingga penguatan hubungan dalam satu kelompok (komunitas) inilah yang mereka butuhkan.

2) Perilaku Pencarian Informasi Anggota Honda *Classic Club* Indonesia

Perilaku informasi merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia dalam mencari dan memanfaatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya (Lawanda, 2015:31). Perilaku pencarian informasi terjadi karena adanya kesengajaan pencarian informasi sebagai konsekuensi adanya kebutuhan untuk memenuhi beberapa tujuan. Dalam hal ini anggota HCCI ketika hendak memenuhi kebutuhan informasinya, tentunya akan melakukan upaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, seperti yang diungkapkan oleh Pak Wahyudi:

“Pasti saya melakukan pencarian informasi dong mas, soalnya *sparepart* motor klasik itu tidak mudah buat di dapatkan, jadi harus memikirkan dulu nanti beli dimana atau tanya temen dulu”

Sependapat dengan informan tersebut Pak Taufik juga menyatakan bahwa:

“Iya, awalnya kan mengecek kebutuhan sepeda motor, selanjutnya perlu memastikan bagian apa saja yang perlu diganti atau pengen memodif sepeda motornya, kemudian mencari *merk* terbaik pada bagiannya, tokonya dimana, dan harganya”

Perilaku pencarian informasi Anggota HCCI terbagi menjadi tiga kegiatan, yaitu:

a) Perilaku Anggota HCCI Sebelum Pencarian Informasi

1) *Starting*

Starting yaitu salah satu tahapan awal dimana anggota HCCI mulai menyiapkan gambaran informasi seperti apa yang akan dicari yang sesuai dengan kebutuhan informasinya. Tahapan *starting* ini merupakan tahapan yang dilakukan oleh seseorang dengan munculnya dorongan untuk mencari informasi dan yang melatar belakangi dalam pencarian informasi pengguna. Kegiatan ini dilakukan agar mempermudah dalam pencarian informasi. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Joko yaitu:

“Prosesnya awalnya saya melihat kondisi motor dulu dek, bagian mana aja yang rusak, dari bagian tersebut kita jadi tahu harus memulai mencari info apa aja, menyesuaikan dengan kebutuhan, kalau tidak mengecek motor dulu nanti kan tidak tahu mana yang perlu diganti dan mau diperbaiki, pengecekan motor tersebut yang menjadi awal pencarian informasi buat kita”

Selanjutnya ada Pak Arifin yang juga mengungkapkan:

“Menentukan tujuannya, perbaikan mesin atau perbaikan tampilan. Misal perbaikan mesin yang rusak jadi harus menentukan *sparepart* yang dibutuhkan, jikalau mau memperbaiki tampilan, menentukan yang ingin di rubah bagian mana setelah

mengetahui tujuan maka barulah memulai pencarian info barang tersebut.

Informan selanjutnya Pak Rudianto menambahkan pendapatnya yaitu:

“Sebenarnya yang mendorong atau melatar belakanginya saya termasuk anggota-anggota yang lain dalam mencari informasi tentang *sparepart* sebenarnya juga dorongan dari jadwal touring. Misal jadwal touring sudah mau dekat pasti anggota-anggota akan melakukan pengecekan sepeda motor yang lebih rinci, dari situ akan mengetahui bagian kerusakan dan akan mulai mencari-cari”

Pak Setyawan juga mengungkapkan bahwa:

“Mengecek sepeda motor bisa disaat saya pengen dan bisa juga dorongan keadaan mau touring udah dekat, jadi kayak buru-buru ngecek dari pada bermasalah nantinya. Pengecekan itu menghasilkan bagian yang perlu diganti maupun di perbaiki”

Dari pemaparan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku pencarian informasi anggota HCCI pada perilaku pencarian informasi tingkat *starting* yaitu utamanya didorong oleh jadwal touring, jadwal tersebut akan di jadikan acuan oleh para anggota untuk lebih melakukan pengecekan yang ekstra dan rinci pada sepeda motornya, dari pengecekan tersebut akan di ketahui bagian sepeda motor mana yang perlu di perbaiki. Perbaikan disini ada 2 jenis, yaitu perbaikan mesin/*sparepart* yang satunya perbaikan tampilan sepeda motor. Jika sudah menemukan bagian yang perlu di perbaiki

tersebut maka anggota HCCI kan memulai pencarian informasi terkait barang yang dibutuhkan.

2) *Chaining*

Tahap berikutnya yaitu *chaining*, merupakan kegiatan yang menghubungkan adanya kebutuhan informasi dengan pengetahuan dan pengalaman yang sudah dimiliki sebelumnya. Anggota HCCI ketika mencari informasi dapat dilakukan dengan cara mengidentifikasi referensi sebagai acuan, seperti berdiskusi dengan ketua HCCI atau anggota lainnya yang lebih berpengalaman. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Taufik sebagai berikut:

“Kalau saya setelah tahu bagian yang dibutuhkan kemudian mulai memikirkan enaknyanya mendapatkan barang tersebut gimana, soalnya kan mungkin kemarin-kemarin pernah mencari barang ini juga, namun juga tetep mempertimbangkan jaman sekarang, barangkali ada alat yang lebih bagus kadang pas *sharing-sharing* gitu ada teman yang memberi tahu juga”

Sependapat dengan informan sebelumnya, informan Pak Dolly mengungkapkan:

“Jika motor saya mengalami kerusakan, dan perlu membeli barang saya akan mempertimbangkan barang yang akan dibeli dengan *sharing* dengan teman komunitas”

Informan selanjutnya Pak Wahyudi menambahkan bahwa:

“Saya sih suka nyari sendiri, tapi sebelum nyari biasanya saya tahu pertimbangan sebelum melakukan

pencarian seperti misal nanti akan membeli merk A, saja soalnya udah tau kalau merk A itu bagus”

Dari pemaparan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku pencarian informasi anggota HCCI pada perilaku pencarian informasi tingkat *chaining* yaitu anggota HCCI ketika akan mencari informasi lebih mengandalkan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki untuk menentukan tindakan selanjutnya yang harus dilakukan dalam pencarian informasi namun jika masih ragu maka anggota HCCI akan berdiskusi dengan teman sekemunitasnya.

b) Perilaku Anggota HCCI Tahap Pencarian Informasi

3) *Browsing*

Pada saat anggota HCCI sudah mengetahui kebutuhan informasi yang akan dipenuhi, maka kegiatan selanjutnya yaitu *browsing*. Suatu kegiatan mencari informasi dengan mulai sedikit terarah. Pada tahap ini anggota HCCI dapat melakukan proses pencarian informasi dengan upaya pencarian disekitar, berdiskusi dengan teman maupun menggunakan media online atau internet. Seperti yang dijelaskan oleh Pak Joko:

“Awalnya kan pastinya udah nentuin kira-kira butuh barang yang merknya ini, kemudian saya akan mencari barang bermerk yang saya butuhkan tersebut ke toko yang terdekat dulu, soalnya juga biar lebih cepet, tapi kalau barangnya di sekitar sini tidak ada

saya menghubungi Pak Arifin, temen sekomunitas yang juga jual *sparepart*. Namun kadang barang yang dibutuhkan tidak semuanya mudah didapatkan jadi missal masih belum ada baru saya nyari *online*”

Sependapat dengan informan sebelumnya Pak Setyawan mengungkapkan:

“Saya lebih suka ada uang ada barang. Jadi kalau bisa dicari di sekitar sini mending saya nyari di sekitar sini aja dari pada ribet nunggu, namun sebelum mencari saya juga sering bertanya ke temen dahulu”

Tetapi ada beberapa anggota HCCI yang memilih mencari secara online dengan media sosial, seperti yang diungkapkan Pak Wahyudi:

“Setiap orang pada dasarnya pasti ingin mendapat barang yang kualitas oke namun harganya lebih miring, nah jadi saya lebih memilih mencari dengan *browsing-browsing* di facebook gitu, barang-barangnya murah-murah namun ya harus tetap selektif. Namun itu juga kalau ga buru-buru lo ya, kan kalau pesen online datangnya agak lama. Kalau emang pas buru-buru butuh saya tetap nyari di yang terdekat. Untuk biaya sih kalau misal pesen online saya tidak masalah dengan ongkir ya, soalnya di online harganya tu rendah ditambah ongkir masih tetap lebih murah dari pada beli ditoko langsung biasanya”

Sependapat dengan informan sebelumnya Pak Dolly menambahkan:

“Kalau udah punya bayangan *sparepart* yang akan di beli, saya lebih memilih mencari informasi barang tersebut di grub facebook sih. Sama lihat-lihat dan baca-baca dulu tapi misalkan ragu saya baru membeli di toko dekat sini. Terkait biaya ongkir untuk pilihan pesan online, biaya tidak masalah yang penting barangnya sesuai”

Sehingga kesimpulannya perilaku pencarian informasi anggota HCCI pada perilaku pencarian informasi tingkat *browsing*, mayoritas anggota HCCI yaitu 4 dari 7 informan memilih melakukan pencarian informasi dari tempat/toko sekitar terdekat agar lebih cepat mendapatkan barang yang diinginkan tetapi juga 3 dari 7 informan memilih mencari informasi melalui media social facebook jika barang yang dibutuhkan tidak segera di pakai, serta tidak menjadi masalah untuk biaya ongkos kirim bagi informan yang memilih membeli online.

c) Perilaku Anggota HCCI Setelah Mendapatkan Informasi

4) *Differentiating*

Pada tahap *differentiating*, anggota HCCI melakukan pemilihan informasi mana yang akan digunakan dan mana yang tidak perlu digunakan. Sebenarnya tahap ini dapat digunakan untuk memilah informasi maupun memilah kualitas barang yang di cari anggota HCCI. Di sisi pencarian informasi, ketika anggota HCCI mencari informasi melalui media online atau internet. Jajaran indeks kata kunci ditampilkan oleh hasil pencarian awal diatas, anggota HCCI bisa memilih, mengevaluasi, dan menetapkan informasi apa yang akan diambil untuk pengambilan keputusan pembelian.

Kegiatan ini bertujuan untuk memeriksa kualitas informasi yang sudah diperoleh.

Begitupun dalam pemilahan kualitas barang/*sparepart* yang dicari anggota HCCI. Anggota perlu memilah kualitas barangnya dengan berbagai pertimbangan agar awet dan baik untuk motornya. Seperti yang diungkapkan oleh Pak Dolly:

“Karena memang saya lebih suka mencari informasi menggunakan media sosial lebih tepatnya grup facebook, saya harus lebih berhati-hati karena namanya juga media sosial jadi semua orang bisa melakukan hal-hal buruk seperti menipu. Jadi saya harus lebih memilah-milah informasi mulai dari memilah akun penjual yang dapat di percaya, memilah barang yang terbaik dengan melihat reviewnya. Selain itu pertimbangan ini juga berlaku pada barangnya, barang yang saya cari pastinya yang kualitasnya harus bagus dan tentunya harganya lebih murah. Jadi semuanya harus dipilah”

Informan yang lain yaitu Pak Taufik menyatakan pendapatnya dengan:

“Saya kan lebih suka mencari di daerah terdekat, jadi pertimbangannya perlu memperhatikan kualitas barang/*sparepart* tersebut dengan melihat merknya, bentuk tampilan, agar dapat yang terbaik”

Dari pemaparan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku pencarian informasi anggota HCCI pada perilaku pencarian informasi tingkat *differentiating* anggota HCCI melalukan pemilahan pada sumber informasi dan jenis barangnya. Sumber informasi terutama yang dari media sosial yaitu facebook, anggota HCCI telah sadar harus

melakukan pemilahan mulai dari akun penjual yang dapat di percaya kemudian kualitas barang dengan melihat *review* dari orang-orang, dan *merk* sesuai dengan yang dibutuhkan. Untuk anggota HCCI yang melakukan pencarian di daerah sekitar yang terdekat mereka melakukan pemilahan terhadap kualitas barang secara langsung baik melihat merk maupun bentuknya.

5) *Monitoring*

Monitoring merupakan suatu kegiatan dimana seseorang akan memantau perkembangan ilmu pengetahuan dan informasi pada sumber yang terpercaya. Pemantauan informasi dapat diartikan dimana seseorang akan berusaha mencari kembali suatu informasi dalam bentuk terbaru. Pada penelitian ini informan selalu mengikuti informasi-informasi terkait *sparepart* sepeda motor, seperti penjelasan dari informan Pak Rudianto:

“Selalu dong dek, kan kita bagian dari komunitas jadi anak-anak tu mesti *sharing* gitu kalau ada informasi baru terkait *merk sparepart*, kualitas *sparepart* yang bagus, yang kekinian ataupun harga-harganya”

Informan selanjutnya Pak Wahyudi juga mengungkapkan:

“Iya mas, meskipun awalnya kadang saya kurang update, tapi kalau kumpul bareng temen-temen selalu ada yang membicarakan informasi terupdate terutama dalam bidang komunitas kita”

Sependapat dengan informan-informan sebelumnya

Pak Setyawan juga mengungkapkan:

“Salah satu guna komunitas itu ya itu mas memberikan kita pengetahuan meskipun awalnya kurang tahu hal-hal terbaru, tapi pasti tahu dengan sendirinya gara-gara mengalir aja pembicaraan sesama anggota komunitas”

Dari pemaparan wawancara di atas dapat disimpulkan

bahwa perilaku pencarian informasi anggota HCCI pada perilaku pencarian informasi tingkat *monitoring* anggota HCCI selalu memantau dan mengikuti informasi-informasi terbaru dalam bidang permotoran klasik, hal itu di karenakan sesama anggota sering *sharing* dengan sendirinya terkait sparepart baik *merk* maupun harga-harganya.

6) *Extracting*

Pada kegiatan *extracting*, dimana seseorang telah menemukan informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi. Dalam penelitian ini kaitannya dengan pengambilan dan penentuan keputusan terhadap suatu barang yang akan di beli yaitu *sparepart* sepeda motor. Melakukan kegiatan pencarian informasi akan sangat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap *sparepart* sepeda motor yang dibutuhkan. Sesuai pendapat dari informan Pak Joko:

“Jelasnya dek, dari awal sudah menentukan *sparepart* mana yang dibutuhkan, kemudian mencari

informasinya sana sini untuk mendapat kualitas dan harga terbaik, tentunya setelah melakukan itu akan mempengaruhi keputusan saya untuk pembelian”

Jawaban sependapat dengan informan selanjutnya yaitu Pak Dolly:

“Setelah proses mencari-cari tersebut tentu akan mempengaruhi saya dalam menentukan pilihan dalam pembelian”

Kemudian Pak Arifin juga mengungkapkan:

“Dalam menentukan pembelian, setelah cari di facebook, maupun nyari di toko sini memang tujuannya buat menuhin kebutuhan akan pembelian terhadap *sparepart* sepeda motor”

Dari pemaparan wawancara di atas diketahui bahwa perilaku pencarian informasi anggota HCCI pada perilaku pencarian informasi tingkat *extracting* bahwa anggota HCCI memang melakukan pencarian informasi untuk menentukan keputusan pembelian terhadap *sparepart* sepeda motor. Dan dari proses pencarian informasi diatas disimpulkan bahwa sebenarnya perilaku pencarian informasi terefektif anggota HCCI yaitu ketika anggota menemukan bagian motor yang perlu di diperbaiki baik mesin maupun tampilan, kemudian mulai mencari informasi peralatan yang dibutuhkan yang lagi *trend* dengan mencari informasi dari media sosial maupun bertanya kepada sesama anggota, setelah mengetahui jenis dan *merk* yang terbaik anggota melakukan pencarian barang tersebut ke toko terdekat yang menjual peralatan *sparepart*

sepeda motor, karena pencarian ke toko terdekat akan mengetahui model *sparepart* secara langsung dan mendapatkan barangnya langsung tanpa menunggu lama, jadi ketika waktu mendesak bisa lebih cepat perbaikannya. Setelah itu anggota HCCI juga perlu terus memantau informasi terbaik terkait dengan sepeda motor klasik, dan mengambil keputusan dalam pembelian *sparepart* berdasarkan dari informasi yang dicari.

3) Hambatan – hambatan dalam Melakukan Pencarian Informasi Anggota Honda *Classic Club* Indonesia

Hampir dapat dipastikan setiap orang akan mengalami hambatan dalam pencarian informasi. Hambatan dalam pencarian informasi merupakan kendala maupun segala hal yang menghalangi seseorang dalam mendapatkan informasi tertentu (Savolainen dalam Muliyadi: 2016). Hambatan-hambatan yang dialami anggota HCCI dalam melakukan pencarian informasi, yaitu faktor sosial dan faktor lingkungan, diantaranya:

a) Faktor Sosial (Hambatan Sosial / *Interpersonal* / *Role Related*)

Hambatan jenis ini terjadi ketika seseorang diharuskan berhubungan dengan orang lain selama proses pencarian informasi. Kendala dalam hal ini bisa dalam bentuk sikap seseorang. Dalam pencarian informasi anggota HCCI ada beberapa yang bertanya kepada teman komunitas, namun kadang diskusi tersebut tidak

langsung berjalan mulus dan mendapat kesimpulan barang yang terbaik, kadang sesama anggota ada yang tidak setuju. Seperti penjelasan dari informan Pak Setyawan :

“Kita kan apa-apa sering *sharing* gitu, apalagi kalau bingung terhadap jenis *sparepart*, kita biasanya diskusi sesama anggota namun kadang masing-masing anggota memiliki pendapat masing-masing, jadi kadang bingung kalau misal cocok dengan pendapatnya anggota tertentu nanti kurang enak sama anggota yang lain yang juga ikut berdiskusi namun pilihannya kurang cocok buat kita. Namun masalah ini tidak berlarut-larut dan cepat teratasi”

Setuju dengan pendapat informan sebelumnya Pak Arifin menambahkan:

“Beda pendapat tentunya sering mas namanya juga beberapa orang ngumpul jadi satu, terkadang ga sejalan. Tapi wajar itu dan menurut saya tidak jadi masalah”

Informan Pak Joko juga menambahkan:

“Saya kadang tidak setuju dengan pendapat teman yang seperti menggurui, jadi seperti dia kurang terima kalau opininya tidak kami pakai, jadi ya berusaha diberi pengertian aja”

Dari pemaparan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa hambatan pencarian informasi anggota HCCI pada faktor hambatan sosial yaitu sikap anggota HCCI lain yang memberi saran atau menyampaikan pendapatnya saat diskusi terkait pemenuhan kebutuhan informasi, terkadang tidak sejalan sehingga perlu pengertian agar saling menerima.

b) Faktor Lingkungan (Hambatan Lingkungan dan sekitarnya)

Faktor lingkungan yang menjadi hambatan dalam upaya pencarian informasi anggota HCCI yaitu lebih pada faktor karakteristik sumber. Dalam hal ini terdapat beberapa kendala, diantaranya kurangnya sumber informasi yang mudah diakses atau dikenakan biaya yang terlalu tinggi, kredibilitas (sumber informasi yang tidak dapat diandalkan atau dipercaya dalam hal kualitas dan ketepatan informasi). Seperti yang diungkapkan oleh informan Pak

Taufik:

“Kendala dalam pencarian infoamasi online itu memang rentan terhadap penipuan.Jujur kalau saya kurang berani untuk mencari informasi dari facebook, udah sering kena tipu dek, kapok saya”

Sejalan dengan pendapat tersebut Pak Dolly mengungkapkan:

“Tentu mas kalau mencari lewat facebook kredibilitasnya masih di pertanyakan, namun kalau udah biasa beli dan punya langganan kan jadi kayak udah tau gimana cara beli online yang terpercaya”

Informan Pak Wahyudi juga menambahkan bahwa:

“Resiko beli *online* selain barang datangnya yang agak lama itu juga harus waspada, hati-hati biar ga kena tipu. Dulu saya sempet kena tipu, setelah itu jadi lebih berhati-hati, dulu langsung gamau buat beli *online*. Tapi sekarang udah berani lagi karena udah tau ga boleh grusa grusu beli kalau ada harga yang murah. Jadi harus melihat komentar orang-orang bahkan langsung menghubungi orang yang komen pernah beli. Lihat toko onlinenya bagaiman. Harus dipertimbangin dulu pokok”

Dari pemaparan wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa hambatan pencarian informasi anggota HCCI pada faktor

hambatan lingkungan, karakteristik sumber informasi tepatnya, anggota HCCI yang memilih untuk mencari informasi melalui media sosial yaitu facebook, akan lebih berhati-hati dan memfilter informasi yang ada, mulai dari mencari akun penjual yang kredibel, melihat pengikut juga, kemudian melihat produk-produk yang dijual dengan melihat *review*/komentarnya sesuai dengan harapan apa bukan, bahkan sampai mengontak langsung orang yang komentar pernah membeli barang di toko tersebut.

C. Analisis dan Interpretasi Data

1. Kebutuhan Informasi Anggota Honda *Classic Club* Indonesia

Kebutuhan informasi muncul karena adanya kesenjangan ilmu pengetahuan yang dialami dalam diri seseorang sehingga seseorang akan mencari informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi. Menurut Rifai (2014:1.25), kebutuhan informasi merupakan “keinginan terhadap informasi didasarkan atas pertimbangan prioritas dan kepentingan tertentu”. Sedangkan menurut Sulistyono-Basuki, (2014:393) kebutuhan informasi merupakan kebutuhan yang diinginkan oleh seseorang demi memenuhi informasi di bidang penelitian, pekerjaan, dan kepuasan rohaniah. Honda *Classic Club* Indonesia (HCCI) adalah organisasi sosial kemasyarakatan yang bergerak dibidang otomotif dengan ciri khas motor honda classic dengan *type* s90, cb semua *type*, dan benly semua *type* yang tahun perakitan kendaraan tersebut 1965 sampai 1982. Suatu komunitas dijalankan oleh beberapa orang yang memiliki hobi yang

sama. Dalam penelitian ini yaitu hobi pecinta motor klasik anggota HCCI yang pasti membutuhkan informasi terutama untuk perawatan kendaraan klasik mereka. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Syahrizal Fahmi Firmansyah dengan judul “Kebutuhan Dan Perilaku Pencarian Informasi Penyutradaraan Teater Cowboy Fakultas Peternakan Universitas Brawijaya” bahwa sutradara teater cowboy akan melakukan pencarian informasi karena terdorong tuntutan pekerjaan untuk mendalami plot maupun karakter karya yang akan ditampulkan, sedangkan anggota HCCI akan melakukan pencarian informasi karena dorongan jadwal touring. Setelah itu peneliti memfokuskan jenis kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh anggota HCCI. Dalam memenuhi informasi tentang ketersediaan peralatan sepeda motor, kebutuhan Informasi anggota HCCI dapat di bagi menjadi tiga jenis kebutuhan informasi yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif dan kebutuhan integrasi sosial.

a. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan ini mampu memberikan kepuasan atas hasrat keingintahuan dan pencarian informasi seseorang, karena pada kebutuhan ini didasari adanya hasrat seseorang untuk memahami informasi dilingkungannya. Menurut Katz, Gurevitch, dan Has dalam Yusup (2016:142) mengatakan bahwa kebutuhan ini berhubungan langsung atau berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat atau menambah sebuah informasi, ilmu pengetahuan dan pemahaman seseorang akan lingkungannya.

Berdasarkan hasil penelitian pada anggota HCCI, semua anggota HCCI mengalami kebutuhan ini dikarenakan kebutuhan kognitif ini melatar belakangi anggota HCCI dalam melakukan pencarian informasi dari beberapa sumber diantaranya untuk memutuskan pemilihan terhadap barang peralatan sepeda motor dan juga cara perbaikan sepeda motor yang kerusakannya rumit. Pada penelitian yang dilakukan Muhammad Rizky Pribadi dengan judul “Analisis Kebutuhan Informasi Dan Perilaku Pencarian Informasi Pemustaka Mahasiswa Di Perpustakaan Umum Dan Arsip Kota Malang” bahwa semua mahasiswa mengalami kebutuhan kognitif dikarenakan untuk menambah informasi yang tidak tersedia dan belum mencukupi kebutuhannya di perpustakaan perguruan tinggi dan memperkuat ilmu pengetahuan atau teori untuk mengerjakan tugas akhir skripsi. Dalam penelitian ini kebutuhan kognitif anggota HCCI akan memikirkan dan mempertimbangkan banyak hal agar kerusakan sepeda motor yang rumit dapat teratasi dan mendapatkan peralatan yang bagus dan cocok untuk sepeda motornya begitupun cara memperbaiki sepeda motor .

Pada dasarnya anggota HCCI akan mengalami kebutuhan informasi untuk menambah pengetahuan tentang peralatan motor klasik dan juga cara perbaikan sepeda motor yang kerusakannya rumit. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua anggota HCCI ingin mencari informasi terkait peralatan sepeda motor klasik

agar para anggota tidak salah dalam mengambil keputusan perbaikan sepeda motor serta pembelian sparepart/alat terbaik sesuai kebutuhan agar sepeda motor tidak gampang rusak dan dengan harga yang terbaik pula.

b. Kebutuhan Afektif

Menurut Katz, Gurevitch, dan Has dalam Yusup (2016:142-143), kebutuhan afektif berkaitan dengan penguatan estetis, yang mampu membuat seseorang menjadi senang, dan pengalaman-pengalaman emosional lainnya. Kebutuhan ini berkaitan langsung dengan alat/media, sehingga seseorang menjadikan media tersebut untuk mengejar kesenangan dan hiburan.

Berdasarkan hasil penelitian pada anggota HCCI, kebutuhan afektif ini berkaitan dengan modifikasi sepeda motor klasik yang dimiliki para anggota dengan tampilan yang indah, unik. Sehingga para anggota melakukan perubahan-perubahan onderdil agar motor semakin menarik dan membuat anggota menjadi lebih pede dan senang dalam melakukan *touring*. Hal ini berbeda dengan penelitian dari Mohammad Rizki Pribadi dengan judul penelitian “Analisis Kebutuhan Informasi dan Perilaku Pencarian Informasi Pemustaka Mahasiswa di Perpustakaan Umum dan Arsip Kota Malang” yang menjelaskan bahwa tidak semua mahasiswa menggunakan fasilitas wifi sebagai mengejar hiburan dikarenakan akses wifi yang lambat sehingga mahasiswa menggunakan media tersebut. Sedang pada

penelitian ini semua anggota HCCI memiliki kebutuhan afektif untuk menumbuhkan perasaan bahagia. Dalam hal penggunaan media pencarian informasi, 3 dari 7 informan anggota HCCI menggunakan media *online* untuk mendapatkan barang yang mereka butuhkan yaitu facebook dan 4 informan lainnya langsung mencari ke toko *offline*. Sehingga kesimpulannya. kebutuhan afektif anggota HCCI untuk mendapatkan perasaan bahagia dan sesuai tujuannya dalam hobi motor yaitu sepeda motornya yang enak dipakai dan penampilannya yang menarik dengan media pencarian informasi facebook dan kunjungan langsung ke toko *offline*.

c. Kebutuhan Integrasi Sosial

Kebutuhan integrasi sosial ini berkaitan dengan adanya hubungan antara seseorang dengan keluarga, kawan, maupun orang lain disekitarnya untuk bergabung atau berkelompok. Menurut Katz, Gurevitch, dan Has dalam Yusup (2016:142), kebutuhan ini didasari adanya keinginan seseorang untuk melakukan berkelompok dengan bertujuan belajar bersama atau berdiskusi. Begitupun suatu komunitas terbentuk karena memiliki hobi, tujuan atau ketertarikan terhadap sesuatu yang sama, tentunya tujuan salah satunya untuk memiliki hubungan antar sesama anggota.

Berdasarkan hasil penelitian pada anggota HCCI, sebagai sesama pecinta motor klasik, kegiatan yang ada pasti kegiatan touring bersama-sama untuk menyalurkan hobi mereka, sehingga

mereka dapat *sharing* sesama pecinta motor klasik dan penguatan hubungan dalam satu kelompok (komunitas) inilah yang mereka butuhkan. Hal ini juga berbeda dengan hasil penelitian dari Mohammad Rizki Pribadi yang menjelaskan bahwa mahasiswa yang lebih menyukai untuk mengerjakan tugas sendiri, tetapi ada juga menggunakan metode diskusi dengan teman sejawat, sedang pada kebutuhan Informasi HCCI tujuan utama memang integrasi sosial.

2 Perilaku Pencarian Informasi Anggota Honda Classic Club Indonesia

Perilaku pencarian merupakan upaya seseorang untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Perilaku pencarian informasi yang dipilih dalam penelitian ini yaitu model dari Ellis (1991) yang mana membagi proses pencarian menjadi tiga tahapan yaitu perilaku sebelum pencarian informasi, saat melakukan pencarian informasi dan setelah menemukan sumber informasi. Tahapan Pencarian Ellis cocok dalam penelitian ini karena , menjelaskan tentang proses pencarian informasi dari berbagai sumber informasi dan sebab pencarian informasi. Tahapan-tahapan tersebut lebih rinci lagi dibagi menjadi beberapa tahapan yaitu *starting, chaining, browsing, differentiating, monitoring, extracting, verifying, dan ending.*

a. Perilaku Anggota HCCI sebelum Pencarian Informasi

1) *Starting*

Menurut Laksmi (2006:42), tahapan *starting* merupakan tahapan awal yang dilakukan oleh seseorang dengan munculnya dorongan untuk mencari informasi dan yang melatar belakangi dalam pencarian informasi pengguna. Tahapan *starting* ini tahapan alasan seseorang untuk memulai berupaya memenuhi kebutuhan informasinya. Kebutuhan informasi anggota HCCI yaitu ada kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif dan kebutuhan integrasi sosial.

Berdasarkan hasil penelitian pada anggota HCCI, tahapan *starting* di latar belakang oleh jadwal *touring*. Berbeda lagi dengan penelitian pencarian informasi dengan topik khusus seperti penelitian Alissa Kansa Putri dengan judul “Perilaku Penelusuran Informasi Tentang Musik K-Pop Di Twitter (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)” yang menjelaskan bahwa tahap *starting* penggemar kpop dalam mencari informasi dengan menentukan topik yang akan di cari, sedang anggota HCCI melakukan pencarian informasi karena di dorong kebutuhan clubnya yaitu *touring*, jadwal tersebut akan di jadikan acuan oleh para anggota untuk lebih melakukan pengecekan yang ekstra dan rinci pada sepeda motornya, dari pengecekan tersebut akan di ketahui bagian

sepeda motor mana yang perlu di perbaiki. Perbaikan disini ada 2 jenis, yaitu perbaikan mesin/*sparepart* yang satunya perbaikan tampilan sepeda motor. Jika sudah menemukan bagian yang perlu di perbaiki tersebut maka anggota HCCI kan memulai pencarian informasi terkait barang yang dibutuhkan.

2) *Chaining*

Chaining yaitu kegiatan yang menghubungkan adanya kebutuhan informasi dengan pengetahuan dan pengalaman yang sudah dimiliki sebelumnya. Suatu kegiatan awal yang dilakukan dengan cara mengidentifikasi referensi sebagai acuan, seperti berkonsultasi kepada bidang ahlinya dan bisa langsung mencari sumber informasi di perpustakaan (Laksmi, 2006:42). Anggota HCCI melakukan tahap *chaining* ini dengan cara mengidentifikasi referensi sebagai acuan, seperti berdiskusi dengan ketua HCCI atau anggota lainnya yang lebih berpengalaman.

Berdasarkan hasil penelitian pada anggota HCCI, tahapan *chaining* dalam pencarian informasi anggota HCCI ketika akan mencari informasi lebih mengandalkan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki untuk menentukan tindakan selanjutnya yang harus dilakukan dalam pencarian informasi namun jikalau masih ragu maka anggota HCCI akan berdiskusi dengan teman sekombunitasnya.

b. Perilaku Anggota HCCI Tahap Pencarian Informasi

3) *Browsing*

Browsing merupakan tahapan pencarian yang mulai sedikit terarah. Seseorang yang melakukan pencarian informasi tahap *browsing* biasanya telah mengetahui kebutuhan, dorongan dan mulai akan mencari informasinya bagaimana. Menurut (Laksmi, 2006:42) kegiatan pencarian informasi yang sudah sesuai dengan topik, pencarian ini bisa dilakukan di perpustakaan dan sumber informasi digital. Pada tahap ini anggota HCCI dapat melakukan proses pencarian informasi dengan upaya pencarian disekitar, berdiskusi dengan teman maupun menggunakan media *online* atau internet.

Pendapat tersebut selaras dengan penelitian dari Alissa Kansa Putri yang berjudul Perilaku Penelusuran Informasi Tentang Musik K-Pop di Twitter (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya) yang menjelaskan bahwa jaman sekarang ini media sosial sudah menjadi salah satu pilihan dalam melakukan pencarian informasi dengan segala kemudahan yang ditawarkan. Dari beberapa pemaparan wawancara anggota HCCI di atas dapat diketahui bahwasanya anggota HCCI tertarik melakukan pencarian dengan online dan merasa di mudahkan dalam mensurvey jenis

barang dan harga, hanya saja perlu memperhatikan penjual yang dapat di percaya serta pencarian online butuh waktu proses.

Berdasarkan hasil penelitian pada anggota HCCI, tahapan *browsing* 4 dari 7 informan anggota HCCI memilih melakukan pencarian informasi dari tempat/toko di sekitar yang terdekat agar lebih cepat mendapatkan barang yang diinginkan tetapi 3 dari 7 diantaranya memilih mencari informasi melalui media sosial facebook tanpa mempertimbangkan harga ongkos kirim karena harga ongkos kirim dianggap murah bagi para informan.

c. Perilaku Anggota HCCI Setelah Mendapatkan Informasi

4) *Differentiating*

Menurut Laksmi (2006:42) tahap ini merupakan tahapan dimana seseorang mulai memilah dan memperbandingkan semua sumber informasi dengan tujuan untuk memeriksa kualitas informasi yang sudah diperoleh kegiatan memilah informasi yang diperoleh dengan cara melihat pengarang, sumber informasi, dan kualitas pada informasi tersebut. Pada tahap ini, anggota HCCI melakukan pemilihan informasi mana yang akan digunakan dan mana yang tidak perlu digunakan. Sebenarnya tahap ini dapat digunakan untuk memilah informasi maupun memilah kualitas barang yang di cari anggota HCCI. Di sisi pencarian informasi, ketika anggota HCCI mencari

informasi melalui media online atau internet. Jajaran indeks kata kunci ditampilkan oleh hasil pencarian awal di atas, anggota HCCI bisa memilih, mengevaluasi, dan menetapkan informasi apa yang akan diambil untuk pengambilan keputusan pembelian. Kegiatan ini bertujuan untuk memeriksa kualitas informasi yang sudah diperoleh.

Berdasarkan hasil penelitian pada anggota HCCI, tahapan *differentiating* anggota HCCI memilah dan memilih pada sumber informasi maupun jenis barangnya. Sumber informasi terutama yang dari media sosial yaitu facebook, anggota HCCI melakukan pemilahan mulai dari akun penjual yang harus kredibel kemudian kualitas barang dengan melihat reviewnya dari orang-orang, dan *merk* sesuai dengan yang dibutuhkan. Untuk anggota HCCI yang melakukan pencarian di daerah sekitar yang terdekat mereka melakukan pemilahan terhadap kualitas barang secara langsung baik melihat merk maupun bentuknya.

Penjelasan diatas selaras dengan penelitian dari Muhammad Rizki Pribadi yang berjudul menjelaskan bahwa proses *differentiating* pemustaka Perpustakaan Kota Malang yaitu para mahasiswa dalam memilah atau mereduksi bahan koleksi yang sudah ditemukan dan mencari relevansi yang sesuai dengan kebutuhannya memiliki cara yang berbeda-beda,

ada mahasiswa yang mengecek langsung ke bagian daftar isinya saja, ada mahasiswa yang membaca sekilas disetiap babnya.

Sehingga dapat diketahui persamaan dengan penelitian ini bahwa mahasiswa maupun anggota HCCI dalam melakukan pencarian informasi memiliki cara tersendiri untuk memilih informasi yang relevan dengan kebutuhannya.

5) *Monitoring*

Monitoring merupakan suatu kegiatan dimana seseorang akan memantau perkembangan ilmu pengetahuan dan informasi pada sumber yang terpercaya. Menurut Laksmi (2006:42) pada tahap ini pengguna akan tetap memperhatikan adanya informasi yang terbaru (*up to date*) dan yang mutakhir, kegiatan yang dilakukan untuk memantau perkembangan informasi yang sudah diperoleh.

Berdasarkan hasil penelitian pada anggota HCCI, tahapan *monitoring* pencarian informasi yaitu anggota HCCI selalu memantau dan mengikuti informasi-informasi terbaru dalam bidang permotoran klasik, hal itu di karenakan sesama anggota sering *sharing* dengan sendirinya terkait *sparepart* baik *merk* maupun harga-harganya bisa dengan online maupun saat diskusi dengan sesama anggota. Hal ini juga sependapat dengan penelitian sebelumnya dari Alissa Kansa Putri bahwa

penggemar *kpop* juga melakukan monitoring informasi *kpop* melalui media sosial *twitter*.

6) *Extracting*

Pada kegiatan *extracting*, dimana seseorang telah menemukan informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi. *Extracting* ini merupakan tahapan seseorang untuk mengambil informasi yang diperlukan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan Laksmi (2006:42).

Dalam penelitian ini kaitannya dengan pengambilan dan penentuan keputusan terhadap suatu barang yang akan di beli yaitu *sparepart* sepeda motor. Melakukan kegiatan pencarian informasi akan sangat mempengaruhi keputusan pembelian terhadap *sparepart* sepeda motor yang dibutuhkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku pencarian informasi terefektif anggota HCCI yaitu ketika anggota menemukan bagian motor yang perlu di perbaiki baik mesin maupun tampilan, kemudian mulai mencari informasi peralatan yang dibutuhkan yang lagi *trend* dengan mencari informasi dari media sosial maupun bertanya kepada sesama anggota, setelah mengetahui jenis dan *merk* yang terbaik anggota melakukan pencarian barang tersebut ke toko terdekat yang menjual peralatan *sparepart* sepeda motor, karena pencarian ke toko terdekat akan mengetahui model *sparepart* secara langsung dan mendapatkan barangnya

langsung tanpa menunggu lama , jadi ketika waktu mendesak bisa lebih cepat perbaikannya. Setelah itu anggota HCCI juga perlu terus memantau informasi terbaik terkait dengan sepeda motor klasik, dan mengambil keputusan dalam pembelian *sparepart* berdasarkan dari informasi yang dicari.

Dari semua deskripsi hasil penelitian kebutuhan dan perilaku pencarian informasi anggota HCCI dan perbandingan dari beberapa penelitian sebelumnya dapat diketahui bahwa penelitian pada anggota HCCI ini dipengaruhi oleh kebutuhan kelompok (*club*) mulai dari kebutuhan informasinya berupa kebutuhan kognitif yang berkaitan dengan proses pencarian informasi *sparepart* dan cara memperbaiki sepeda motor yang lebih rumit, kebutuhan afektif mendapatkan kesenangan karena sepeda motor akan lebih baik dalam hal kondisi maupun tampilan, kebutuhan integrasi sosial yang berhubungan dengan sesama anggota sehingga bisa saling berdiskusi. Kebutuhan-kebutuhan ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian milik M Rizki Pribadi dengan kebutuhan informasi pribadi untuk belajar (kegiatan pendidikan), penelitian Syahrizal Fahmi yang di latar belakang profesi.

Pada analisis perilaku pencarian informasi anggota HCCI perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu anggota HCCI melakukan pencarian berawal dari jadwal *touring* yang sudah menjadi proker HCCI setiap beberapa bulan, sedang penelitian lain seperti penelitian dari Muhammad Rizki Pribadi, penelitian dari Syahrizal Fahmi dan Alissa

prosesnya pencariannya sewaktu-waktu. Penelitian pada anggota HCCI juga menggunakan beberapa sumber yang lebih beragam mulai dari online (media sosial), berdiskusi dengan sesama anggota ataupun langsung mencari informasi ke ahli (penjual *sparepart*).

1. Hambatan yang dialami oleh Anggota Honda *Classic Club* Indonesia dalam Pencarian Informasi

Hambatan menjadi bagian dari proses pencarian informasi yang dilakukan individu. Hambatan dalam pencarian informasi merupakan kendala maupun segala hal yang menghalangi seseorang dalam mendapatkan informasi tertentu (Savolainen dalam Muliyadi: 2016).

a. Faktor Sosial (Hambatan Sosial / *Interpersonal / Role Related*)

Hambatan jenis ini terjadi ketika seseorang diharuskan berhubungan dengan orang lain selama proses pencarian informasi. Kendala dalam hal ini bisa dalam bentuk sikap seseorang (Wilson, 1997: 556). HCCI merupakan suatu komunitas, tentunya berkaitan satu sama lain antar anggota. Artinya dalam komunitas HCCI ini pasti terjadi hubungan antar sesama manusia.

Keberadaan beberapa orang dalam satu wadah hobi yang sama tidak dipungkiri bisa saja terjadi miskomunikasi, termasuk perihal *sharing* tentang pencarian informasi dan sumber informasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa hambatan pencarian informasi anggota HCCI pada faktor hambatan sosial yaitu sikap anggota HCCI lain yang memberi saran atau menyampaikan

pendapatnya saat diskusi terkait pemenuhan kebutuhan informasi, terkadang tidak sejalan, adakalanya anggota HCCI memberikan saran terkait *sparepart* yang memang dibutuhkan tetapi terlalu fanatik terhadap suatu *merk*, sehingga akan sangat kekeh terhadap pendapatnya dan kurang menerima pendapat anggota lain.

b. Faktor Lingkungan (Hambatan Lingkungan dan sekitarnya)

Faktor lingkungan dalam hambatan pencarian informasi ada beberapa diantaranya waktu, geografi, budaya nasional, hambatan ekonomi, karakteristik sumber informasi (Wilson, 1997: 556). Hambatan dalam faktor lingkungan pada perilaku pencarian informasi anggota HCCI yaitu pada karakteristik sumber.

3 dari 7 informan memilih untuk mencari informasi melalui media sosial yaitu facebook, akan lebih berhati-hati dan memfilter informasi yang ada, mulai dari mencari akun penjual yang kredibel, melihat pengikut juga, kemudian melihat produk-produk yang dijual dengan melihat review/komentarnya sesuai dengan harapan apa bukan, bahkan sampai mengontak langsung orang yang komentar pernah membeli barang di toko tersebut, namun beberapa masih ada yang tertipu oleh oknum penipu yang sudah handal. Sehingga hambatan pencarian informasi anggota HCCI adalah kurangnya sumber informasi yang kredibel (sumber informasi yang tidak dapat diandalkan atau dipercaya dalam hal kualitas dan ketepatan informasi) dalam pencarian online.

MODEL PERILAKU Pencarian Informasi Anggota HCCI

Secara garis besar, anggota HCCI membutuhkan berbagai informasi untuk menjalankan komunitas tersebut. kebutuhan informasi para anggota dibagi menjadi 3 jenis yakni kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, dan kebutuhan integrasi sosial.

kebutuhan informasi yang diperlukan oleh anggota HCCI mendorong mereka untuk melakukan proses pencarian informasi. Anggota HCCI melakukan proses pencarian informasi melalui 6 tahap yaitu *starting*, *chaining*, *browsing*, *differentiating*, *monitoring*, dan *extracting*

Proses pencarian informasi yang dilakukan oleh anggota HCCI memerlukan berbagai sumber yang dinilai relevan agar para anggota dapat menggunakan informasi tersebut secara tepat dan sesuai kebutuhan. Sumber informasi yang digunakan oleh anggota HCCI meliputi sumber dokumenter dan sumber non dokumenter

Anggota HCCI merasakan beberapa faktor yg dinilai dapat menghambat proses pencariannya. Faktor penghambat tersebut meliputi faktor sosial dan faktor lingkungan

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka dapat disimpulkan bahwa kebutuhan informasi dan perilaku pencarian informasi yang dialami oleh anggota *Honda Classic Club* Indonesia sebagai berikut:

1. Kebutuhan Informasi Anggota *Honda Classic Club* Indonesia

- d. Kebutuhan Kognitif, semua anggota *Honda Classic Club* Indonesia memiliki kebutuhan informasi dalam memenuhi kebutuhan dalam mendapat alat/*sparepart* terbaik (cocok baik dalam kualitas dan harga yang diperoleh) untuk sepeda motor klasik mereka dan juga informasi cara memperbaiki kerusakan sepeda motor yang lebih rumit.
- e. Kebutuhan Afektif, semua anggota *Honda Classic Club* Indonesia memiliki kebutuhan informasi untuk mendatangkan perasaan bahagia dan sesuai tujuannya dalam hobi motor yaitu sepeda motornya yang enak dipakai dan penampilannya yang menarik dengan media pencarian informasi facebook dan kunjungan langsung ke toko *offline*.
- f. Kebutuhan Integrasi Sosial, semua anggota *Honda Classic Club* Indonesia memiliki kebutuhan informasi untuk bersama dengan orang lain dan menyalurkan hobi yang sama mereka, sehingga dapat *sharing* sesama pecinta motor klasik dan penguatan hubungan dalam satu kelompok (komunitas) inilah yang dibutuhkan.

2. Perilaku Pencarian Informasi Anggota Honda Classic Club Indonesia

digabi menjadi tiga kegiatan yaitu:

a. Perilaku Anggota Honda Classic Club Indonesia sebelum pencarian informasi

Pada tahapan ini memiliki dua tahap yang pertama yaitu *starting* pada tahap ini anggota HCCI memiliki latar belakang pencarian informasi yang utamanya didorong oleh jadwal *touring*, jadwal tersebut akan di jadikan acuan oleh para anggota untuk melakukan pengecekan yang ekstra dan rinci pada sepeda motornya, dari pengecekan tersebut akan di ketahui bagian sepeda motor mana yang perlu di perbaiki. Selanjutnya tahapan *chaining* tahapan ini anggota HCCI menggunakan pengalaman dan pengetahuan untuk menentukan mulai pencarian, bisa berdiskusi dahulu dengan sesama anggota HCCI ataupun langsung melakukan pencarian menggunakan sumber lain.

b. Perilaku Anggota Honda Classic Club Indonesia Pada Tahap Pencarian Informasi

Tahapan ini merupakan tahapan *browsing* pada tahapan ini anggota HCCI melakukan proses pencarian informasi dengan upaya pencarian disekitar, berdiskusi dengan teman maupun menggunakan media *online* yaitu grub facebook.

c. Perilaku Anggota Honda Classic Club Indonesia Setelah Pencarian Informasi

Kegiatan ini memiliki tiga tahapan, yang pertama yaitu *differentiating* anggota HCCI melakukan pemilahan pada sumber informasi dan jenis barangnya. Sumber informasi terutama yang dari facebook perlu di filter mulai dari akun penjual serta kualitas produknya dari *review*, begitupun pemilahan kualitas secara datang langsung ke toko dengan melihat *merk* dan speifikasinya. Selanjutnya tahapan *monitoring* kegiatan ini anggota HCCI selalu memantau dan mengikuti informasi-informasi terbaru dalam bidang permotoran klasik, hal itu di karenakan sesama anggota sering *sharing* informasi terbaru terkait sparepart baik *merk* maupun harga-harganya. Tahapan yang terakhir yaitu *extracting* anggota HCCI memang melakukan pencarian informasi untuk menentukan keputusan pembelian terhadap *sparepart* sepeda motor.

3. Hambatan - hambatan dalam Melakukan Pencarian Informasi Anggota

Honda *Classic Club* Indonesia

a. Faktor Sosial (Hambatan Sosial / *Interpersonal* / *Role Related*)

Hambatan ini timbul saat sedang diskusi, sikap anggota HCCI lain yang memberi saran atau menyampaikan pendapatnya saat diskusi terkait pemenuhan kebutuhan informasi, terkadang tidak sejalan sehingga perlu pengertian agar saling menerima.

b. Faktor Lingkungan (Hambatan Lingkungan dan sekitarnya)

Hambatan ini mengarah pada karakteristik sumber, kurangnya sumber informasi yang kredibel pada sumber informasi *online* (sumber tidak

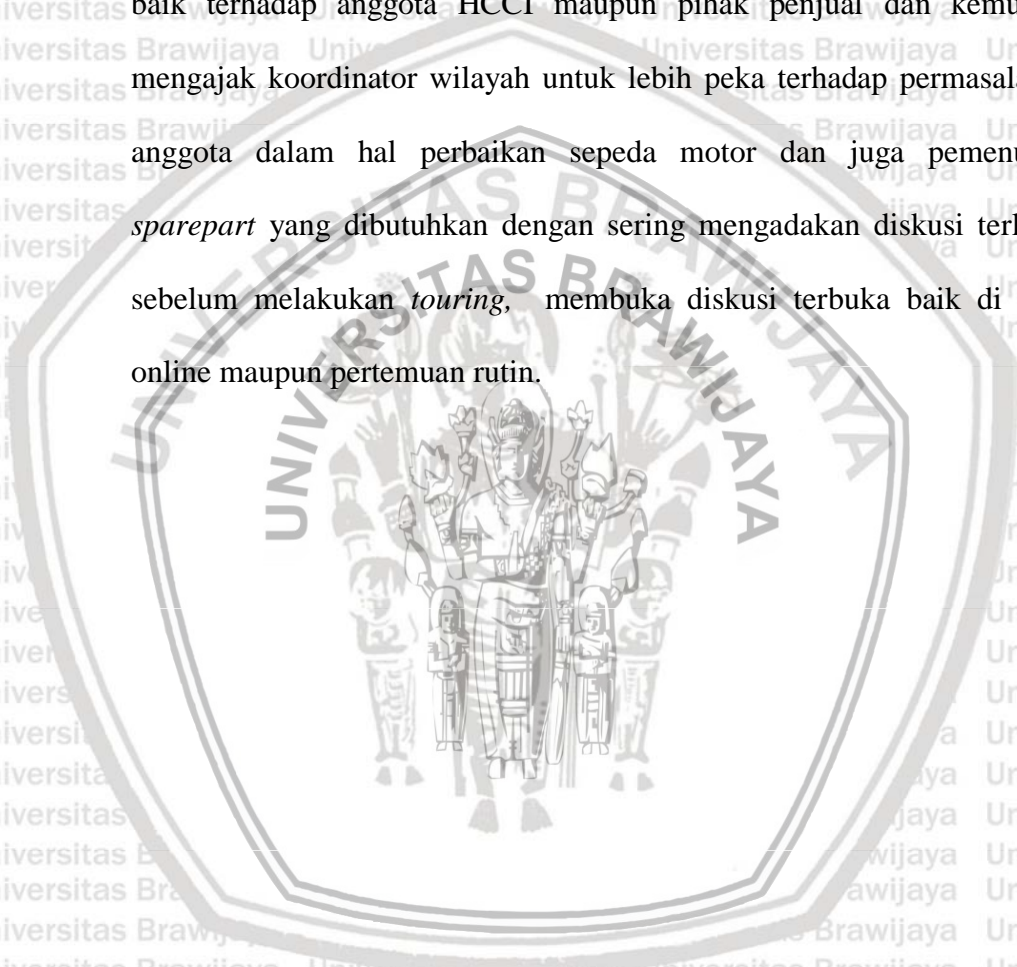
dapat diandalkan atau dipercaya dalam hal kualitas dan ketepatan informasi).

B. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang telah disebutkan di atas oleh peneliti, maka peneliti membuat beberapa saran yang diharapkan bermanfaat dan menjadi bahan evaluasi. Adapun saran yang diberikan kepada anggota HCCI sebagai berikut:

1. Perlunya komunikasi yang lebih terbuka dalam penyampaian pendapat serta alasan-alasan yang jelas dan tepat saat berdiskusi sesama anggota agar komunitas berjalan semestinya tidak terjadi misinformasi serta tingkat kekeluargaan komunitas lebih baik. Hal ini juga akan mempengaruhi dalam proses pencarian informasi selanjutnya karena salah satu sumber pencarian yaitu berdiskusi dengan sesama anggota.
2. Perlunya diadakan sosialisasi cara pencarian informasi yang efektif oleh salah satu anggota yang terbiasa menggunakan media sosial, karena tidak semua anggota HCCI paham cara penelusuran dan memfilter informasi dengan efektif, padahal pencarian melalui online lebih efektif. Maka perlunya sosialisasi bagi para anggota HCCI yang kurang fasih menggunakan media *online* agar tidak akan ada lagi anggota HCCI yang mendapat informasi yang salah dan berakhir pada penipuan karena sumber informasi yang kurang kredibel.
3. Mengadakan kegiatan kerjasama antara ketua koordinator masing-masing wilayah dengan para penjual *sparepart* di wilayah tersebut bahkan kalau

memungkinkan kerjasama antar penjual di luar wilayah juga, dalam hal ini peneliti akan mengupayakan menghubungi para penjual *sparepart* untuk koordinasi serta membuat kerjasama yang akan saling menguntungkan baik terhadap anggota HCCI maupun pihak penjual dan kemudian mengajak koordinator wilayah untuk lebih peka terhadap permasalahan anggota dalam hal perbaikan sepeda motor dan juga pemenuhan *sparepart* yang dibutuhkan dengan sering mengadakan diskusi terlebih sebelum melakukan *touring*, membuka diskusi terbuka baik di grup online maupun pertemuan rutin.



DAFTAR PUSTAKA

Achmad, Mansur Sutedjo, Surono, dan Edy Suprayitno. 2012. *Layanan Cinta: Perwujudan Layanan Prima⁺⁺ Perpustakaan*. Jakarta: Sagung Seto.

Batley, Sue. 2007. *Information architecture for information professionals*. Eglend: Cahndos Publishing

Creswell, John W. 2015. *Penelitian kualitatif dan Desain Riset: Memilih di Antara Lima Pendekatan*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Creswell, John W. 2016. *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Ellis, David, Deborah Cox & Katherine Hall. 1993. A Comparison of Information Seeking Patterns of Researchs in the Physical and Social Science. *Journal of Documentation*, 49(4): 356-369

Lawanda, Ike Iswary. 2015. *Integrasi Pustakawan Menuju Masyarakat Informasi: Suatu Perspektif Sosial-Budaya*. Jakarta: Sagung Seto.

Mas'udi, Firman. 2014. *Identitas "Komunitas Sepeda Motor" Suatu Kajian Subkultur di Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin

Moleong, Lexy J. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Muliyadi, Irvan. 2016. Perilaku pencarian informasi mahasiswa pascasarjana UIN Alauddin Makassar. *Khazanah al-Hikmah : Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, 6(2), 01-11.

Nazir. 2017. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indah

Oetomo, Budi Stutedjo Dharma. 2012. *Perencanaan & Pembangunan Sistem Informasi*. Yogyakarta: ANDI

Rifai, Agus. 2014. *Penelusuran Literatur*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.

Salim, Agus. 2006. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Wacana.

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta

- _____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sulistyo-Basuki. 2004. *Pengantar Dokumentasi*. Bandung: Rekayasa Sains.
- Ulpah, Andayani. 2016. *Dasar-dasar Organisasi Informasi*. Tangerang: UIN Jakarta Press.
- Ulumi, Bahrul. 2014. *Pemasaran jasa informasi Perpustakaan*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik (PDF).
- Widiastuti. 2016. Perbandingan Teori Perilaku Pencarian Informasi Menurut Ellis, Wilson dan Kuhlthau. *Jurnal Pustaka Budaya* 3(2): 51-64
- Wilson, T.D. 1981. On User Studies and Indormation Needs. *Journal of Librarianship*, 37(1): 3-15
- _____. 1997. *Information Behaviuor: An Interdisciplinary Perspective Information Processing and Management*, 33(4). P.551-572. Diakses pada 17 November 2018 melalui <http://informationr.net/tdw/publ/papers/1999/JDoc.html>
- Wilson, T.D. 1999. Models in Information Behaviour Research. *Journal of Documentation*, 55(3): 263
- _____. 2000. Human Information Behavior. *Information Science Research*, 3(2): 2-3, 49-50
- _____. 2006. One User Studies and Information Needs. *Journal of Documentation*, 62(6): 658-670
- Yusup, Pawit M. 1995. *Pedoman Praktis Mencari Informasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya Bandung.
- _____. 2016. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan Edisi Kedua*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yusup, Pawit M., dan Priyo Subekti. 2010. *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi (Information Retrieval)*. Jakarta: Kencana

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

1. Kebutuhan Informasi

- a. Apa saja Informasi yang dibutuhkan?
- b. Mengapa anda membutuhkan informasi tersebut?
- c. Kapan anda membutuhkan informasi tersebut?

2. Perilaku Pencarian Informasi

- a. *Starting* : apa yang anda siapkan sebelum melakukan pencarian informasi?
- b. *Chaining* : apakah anda sudah memiliki gambaran awal mengenai informasi yang anda cari?
- c. *Browsing* : bagaimana tahap anda melakukan pencarian informasi?
- d. *Differentiating* : bagaimana memilih kualitas informasi yang anda butuhkan?
- e. *Monitoring* : bagaimana cara anda agar selalu mendapatkan informasi terbaru yang dibutuhkan?
- f. *Extracting* : bagaimana anda menentukan pilihan setelah melakukan pencarian informasi?

3. Sumber Informasi

- a. Sumber dokumenter : apakah anda bisa mendapatkan informasi dari dokumen yang dimiliki HCCI?
- b. Sumber non dokumenter : apakah sumber informasi yang anda dapatkan berasal dari media elektronik?

4. Hambatan Pencarian Informasi

- a. Karakter pribadi : apakah terdapat kendala terkait pengetahuan yang anda miliki dalam proses pencarian informasi?
- b. Faktor sosial : dalam melakukan pencarian informasi, apakah ada hambatan perbedaan pendapat dengan anggota lainnya?
- c. Faktor lingkungan : apakah anda kesulitan dalam memperoleh sumber informasi yang dapat dipercaya?

Lampiran 2. Tabel Hasil Penelitian

Kebutuhan Informasi Anggota HCCI	Kebutuhan Kognitif	Kebutuhan kognitif yang digunakan dalam pemenuhan informasi terkait cara memperbaiki kerusakan sepeda motor yang rumit dan pemenuhan peralatan sepeda motor klasik agar para anggota tidak salah dalam mengambil keputusan untuk mendapatkan alat terbaik sesuai kebutuhan agar sepeda motor tidak gampang rusak dan dengan harga yang terbaik pula.
	Kebutuhan Afektif	Kebutuhan afektif anggota HCCI untuk mendapatkan perasaan bahagia dan sesuai tujuannya dalam hobi motor yaitu sepeda motornya yang enak dipakai dan penampilannya yang menarik.
	Kebutuhan Integrasi Sosial	Kebutuhan integrasi sosial untuk memiliki hubungan dengan orang lain dan menyalurkan hobi yang sama mereka, sehingga dapat <i>sharing</i> sesama pecinta motor klasik dan penguatan hubungan dalam satu kelompok (komunitas) inilah yang dibutuhkan.
Perilaku Pencarian Informasi Anggota HCCI	<i>Starting</i>	Tahapan <i>starting</i> di latar belakang oleh jadwal <i>touring</i> , jadwal tersebut akan di jadikan acuan oleh para anggota untuk lebih melakukan pengecekan yang ekstra dan rinci pada sepeda motornya, dari pengecekan tersebut akan di ketahui bagian sepeda motor mana yang perlu di perbaiki serta seberapa sulit perbaikannya. Perbaikan disini ada 2 jenis, yaitu perbaikan mesin/ <i>sparepart</i> yang satunya perbaikan tampilan sepeda motor. Jika sudah menemukan bagian yang perlu di perbaiki tersebut maka anggota HCCI akan memulai pencarian informasi terkait barang yang dibutuhkan.
	<i>Chaining</i>	Tahapan <i>chaining</i> dalam pencarian informasi anggota HCCI ketika akan mencari informasi lebih mengandalkan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki untuk menentukan tindakan selanjutnya yang harus dilakukan dalam pencarian informasi namun jikalau masih ragu maka anggota HCCI akan berdiskusi dengan teman sekemunitasnya.
	<i>Browsing</i>	Tahapan browsing pada tahapan ini anggota HCCI melakukan proses pencarian informasi dengan upaya pencarian disekitar, berdiskusi dengan teman maupun menggunakan media online yaitu grub facebook.

<p><i>Differentiating</i></p>	<p>Tahapan <i>differentiating</i> anggota HCCI memilah dan memilih pada sumber informasi maupun jenis barangnya. Sumber informasi terutama yang dari media sosial yaitu facebook, anggota HCCI melakukan pemilahan mulai dari akun penjual yang harus kredibel kemudian kualitas barang dengan melihat reviewnya dari orang-orang, dan <i>merk</i> sesuai dengan yang dibutuhkan. Untuk anggota HCCI yang melakukan pencarian di daerah sekitar yang terdekat mereka melakukan pemilahan terhadap kualitas barang secara langsung baik melihat merk maupun bentuknya.</p>
<p><i>Monitoring</i></p>	<p>Tahapan <i>monitoring</i> pencarian informasi yaitu anggota HCCI selalu memantau dan mengikuti informasi-informasi terbaru dalam bidang permotoran klasik, hal itu di karenakan sesama anggota sering <i>sharing</i> dengan sendirinya terkait sparepart baik <i>merk</i> maupun harga-harganya.</p>
<p><i>Extracting</i></p>	<p>Perilaku pencarian informasi anggota HCCI tingkat <i>extracting</i> yaitu anggota HCCI memang melakukan pencarian informasi untuk menentukan keputusan pembelian terhadap <i>sparepart</i> sepeda motor. Dari semua proses pencarian yang dilakukan anggota HCCI dapat di ketahui proses pencarian informasi anggota HCCI terefektif yaitu diawali dengan kebutuhan perbaikan sepeda motor, selanjutnya anggota mencari informasi tentang <i>sparepart</i> sepeda motor yang dibutuhkan dengan melihat barang yang <i>trend</i> di media sosial baik <i>merk</i> maupun tipe, setelah itu anggota HCCI melakukan pencarian barang langsung ke toko skeitar terdekat yang menjual <i>sparepart</i> sepeda motor dengan acuan informasi dari media sosial, pencarian ke toko terdekat akan mengetahui model <i>sparepart</i> secara langsung dan mendapatkan barangnya langsung tanpa menunggu lama, jadi ketika waktu mendesak bisa lebih cepat perbaikannya. Setelah itu anggota HCCI juga perlu terus memantau informasi terbaik terkait dengan sepeda motor klasik, dan mengambil keputusan dalam pembelian <i>sparepart</i> berdasarkan dari informasi yang dicari.</p>

Hambatan Perilaku Penarikan Informasi Anggota HCCI	Faktor Sosial	Hambatan pencarian informasi anggota HCCI pada faktor hambatan sosial yaitu sikap anggota HCCI lain yang memberi saran atau menyampaikan pendapatnya saat diskusi terkait pemenuhan kebutuhan informasi, terkadang tidak sejalan sehingga perlu pengertian agar saling menerima.
	Faktor Lingkungan	Hambatan faktor lingkungan pada pencarian informasi anggota HCCI adalah kurangnya sumber informasi yang kredibel (sumber informasi yang tidak dapat diandalkan atau dipercaya dalam hal kualitas dan ketepatan informasi) dalam pencarian online.



Lampiran 3. Informasi Wawancara Informan

No	Nama	Jabatan	Waktu Wawancara	Lokasi Wawancara
1	Bapak Setyawan Ari Wibowo	Ketua HCCI	20 Agustus 2020	Wironanggan Gatak Sukoharjo Solo
2	Bapak Rudianto	Koordinator Wilayah Jawa Timur dan Bali	25 Agustus 2020	Brenggolo Kediri
3	Bapak Dolly	Koordinator Wilayah Jawa Tengah	20 Agustus 2020	Wironanggan Gatak Sukoharjo Solo
4	Bapak Ahmad Wahyudi	Koordinator Wilayah Jawa Barat	20 Agustus 2020	Wironanggan Gatak Sukoharjo Solo
5	Bapak Joko	Koordinator Wilayah Sumatra	20 Agustus 2020	Wironanggan Gatak Sukoharjo Solo
6	Bapak Taufiq Rusmar	Koordinator Wilayah Aceh	20 Agustus 2020	Wironanggan Gatak Sukoharjo Solo
7	Bapak Arifin	Penjual sparepart sepeda motor tua	27 Agustus 2020	Kramat Nganjuk

Lampiran 4. Foto-foto Pendukung Penelitian

4.1 Foto Wawancara dengan narasumber





4.2 Foto Kegiatan HCCI dalam salah satu *touring*





2.2 Foto salah satu kegiatan HCCI Pameran Motor Klasik



CURRICULUM VITAE

Biodata Diri

Nama : Achmad Misbakhul Munib
 Tempat, Tgl Lahir : Nganjuk, 18 November 1996
 Agama : Islam
 Alamat : Jalan Kelud II Rt. 02 Rw. 11 Kel. Kramat
 Kec. Nganjuk Kab. Nganjuk
 No. Handphone : 089618780483
 Email : achmunib90@gmail.com



Riwayat Pendidikan

TK Pertiwi Kramat (2001 – 2003)
 SDN Kramat 2 Nganjuk (2003 – 2009)
 SMPN 5 Nganjuk (2009 – 2012)
 SMAN 1 Sukomoro (2012 – 2015)

Pengalaman Organisasi

Sekretaris Departemen Bisnis Kreatif HMPIP FIA UB (2017 - 2018)

Pengalaman Magang

Perpustakaan Universitas Airlangga Surabaya (Juni – Agustus 2018)