

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Media Sosial

2.1.1 Definisi Media Sosial

Menurut Mandibergh (2012), media sosial adalah media yang memudahkan kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*user generated content*). Menurut Boyd (2009) menjelaskan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan pada *uses generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa. Dan menurut Van Dijk (2013), media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2017: 11).

Dari berbagai definisi menurut para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa definisi media sosial adalah medium internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Oleh karena itu, media sosial sangat digemari oleh kalangan remaja karena media

sosial bisa menjadi media untuk meningkatkan eksistensi diri serta memperluas jaringan pertemanan virtual. Komunikasi yang berlangsung ini merupakan komunikasi satu arah yang mana umpan balik dari proses komunikasi ini tidak langsung. Kemudahan akses media sosial menjadi faktor utama banyak atau sedikitnya pengguna media sosial.

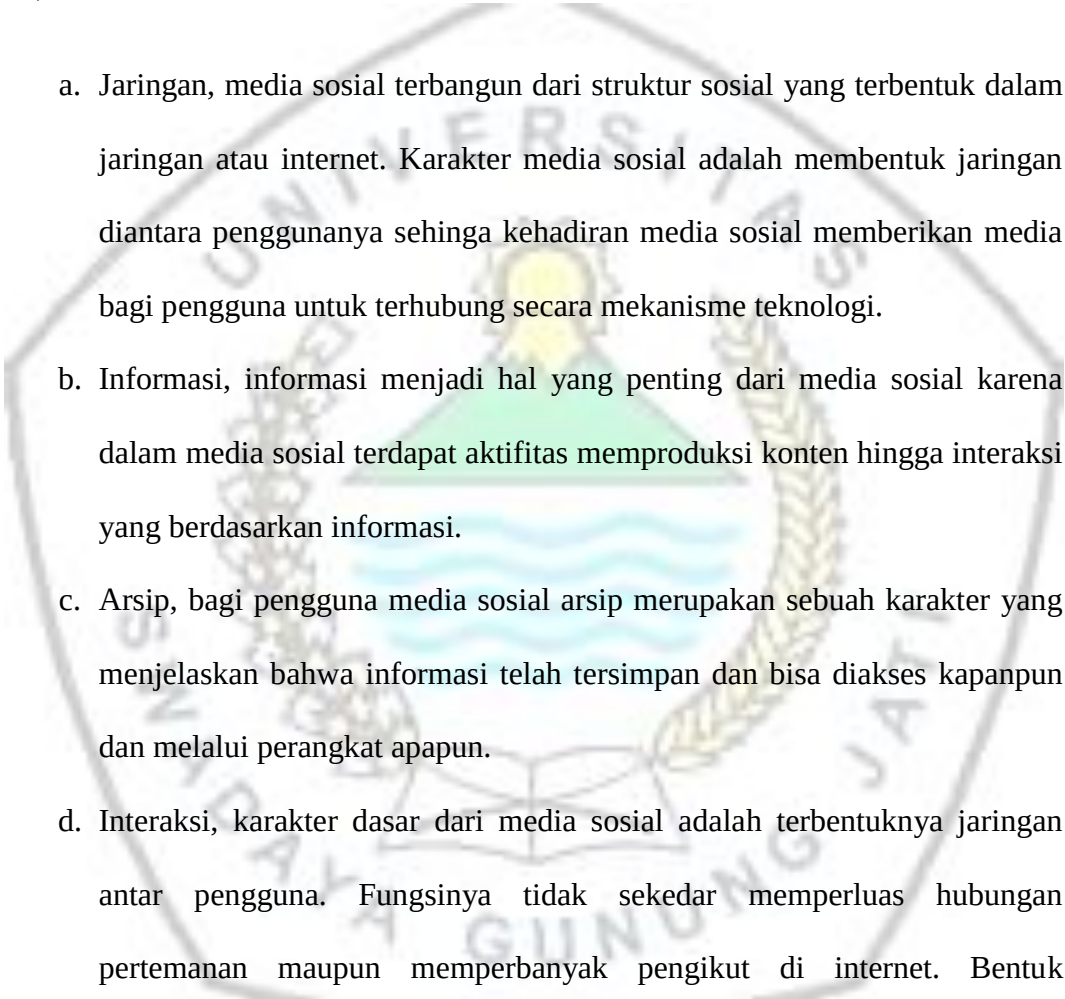
2.1.2 Peran Media Sosial

Menurut McQuail media sosial memiliki 5 peran penting bagi para penggunanya, beberapa perannya adalah sebagai berikut (McQuail,1992: 71).

- a. Informasi: Media sosial sebagai tempat menyebarkan informasi, inovasi, adaptasi, dan kemajuan.
- b. Korelasi: Media sosial sebagai media yang menjelaskan, menafsirkan, mengomentari peristiwa.
- c. Kesenambungan: Media sosial sebagai media mengekspresikan budaya dominan dan mengakui keberadaan budaya khusus serta perkembangan budaya baru.
- d. Hiburan: Media sosial sebagai media yang menyediakan hiburan, pengalihan perhatian, dan sebagai sarana relaksasi.
- e. Mobilisasi: Media sosial sebagai media yang mengkampanyekan suatu hal agar para penggunanya tertarik.

2.1.3 Karakteristik Media Sosial

Media sosial memiliki beberapa karakter yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media lainnya. Ada batasan maupun ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial. Berikut beberapa karakteristik media sosial yaitu (Nasrullah, 2016: 17):

- 
- a. Jaringan, media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk dalam jaringan atau internet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan diantara penggunanya sehingga kehadiran media sosial memberikan media bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.
 - b. Informasi, informasi menjadi hal yang penting dari media sosial karena dalam media sosial terdapat aktifitas memproduksi konten hingga interaksi yang berdasarkan informasi.
 - c. Arsip, bagi pengguna media sosial arsip merupakan sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.
 - d. Interaksi, karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Fungsinya tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan maupun memperbanyak pengikut di internet. Bentuk sederhana yang terjadi di media sosial dapat berupa memberi komentar dan lain sebagainya.
 - e. Simulasi Sosial, media sosial memiliki karakter sebagai media berlangsungnya masyarakat di dunia virtual (maya). Ibarat sebuah Negara, media sosial juga memiliki aturan dan etika bagi para penggunanya.

Interaksi yang terjadi di media sosial mampu menggambarkan realitas yang terjadi akan tetapi interaksi yang terjadi adalah simulasi yang terkadang berbeda sama sekali.

- f. Konten oleh Pengguna, karakteristik ini menunjukkan bahwa konten dalam media sosial sepenuhnya milik dan juga berdasarkan pengguna maupun pemilik akun. Konten oleh pengguna ini menandakan bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten mereka sendiri melainkan juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh pengguna lain.
- g. Penyebaran, penyebaran adalah karakter lain dari media sosial, tidak hanya menghasilkan dan mengonsumsi konten tetapi juga aktif menyebarkan sekaligus mengembangkan konten oleh penggunanya.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa beberapa karakteristik dari media sosial yaitu: jaringan, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, konten oleh pengguna, dan penyebaran. Karakteristik ini merupakan komponen-komponen yang sangat melekat dengan media sosial.

2.1.4 Jenis-Jenis Media Sosial

Sosial Banyak sumber, terutama liputan media maupun kajian literatur yang membagi jenis media sosial. Ada yang berdasarkan model jaringan yang terbentuk, berdasarkan karakteristik penggunaannya, sampai berdasarkan pada file atau berkas apa saja yang disebar (sharing) diantara pengguna. Dari berbagai sumber setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial yaitu: (Nasrullah, 2015: 39)

a. Media jejaring sosial (social networking)

Jaringan sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual.

b. Jurnal online (blog)

Blog merupakan media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Istilah blog berasal dari kata “weblog”, yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Berger pada 1997 merujuk pada jurnal pribadi online. Secara mekanis, jenis media sosial ini bisa dibagi menjadi dua, yaitu kategori personal homepages (pemilik menggunakan nama domain sendiri, seperti .com atau .net), dan dengan menggunakan fasilitas penyedia halaman weblog gratis, seperti wordpress (www.wordpress.com) atau blogspot (www.blogspot.com).

c. Jurnal online sederhana atau mikroblog (microblogging)

Microblogging merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta atau pendapatnya. Secara historis kehadiran jenis media sosial ini merujuk pada munculnya Twitter yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter.

d. Media berbagi (media sharing)

Media sharing merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi media, mulai dari dokumen (file) video, audio, gambar dan sebagainya. Beberapa contoh media berbagi ini adalah YouTube, Flickr, Photobucket atau Snapfish.

e. Penanda sosial (social bookmarking)

Social bookmarking merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola dan mencari informasi berita tertentu secara online. Dalam catatan historis, jenis penanda sosial di internet muncul sekitar tahun 1996 dengan munculnya itList dan istilah social bookmarking sendiri muncul pada tahun 2003 dengan kehadiran situs Delicious (del.icio.us). Delicious mempopulerkan penandaan menggunakan tagar atau tagging yang memungkinkan pengguna di internet mencari informasi berdasarkan kata kunci. Informasi yang diberikan di media sosial ini bukanlah informasi yang utuh. Artinya, pengguna hanya disediakan informasi bisa teks, foto atau video singkat sebagai pengantar yang kemudian pengguna akan diarahkan pada tautan sumber informasi itu berada

f. Media konten bersama atau wiki

Media sosial ini merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunanya. Mirip dengan kamus ensiklopedia, wiki menghadirkan kepada pengguna pengertian, sejarah, hingga rujukan buku atau tautan tentang satu kata. Dalam praktiknya penjelasan-penjelasan tersebut dikerjakan oleh para pengunjung.

2.1.5 Dampak Positif dan Negatif Media Sosial

Dalam setiap penggunaan media sosial terdapat dampak positif dan negatifnya. Dampak positif negatif dilihat dari bagaimana seseorang itu menggunakannya. Bagi setiap orang terutama pelajar media sosial sangat sekali digemari oleh mereka. Terkadang waktu mereka dihabiskan hanya untuk bermain media sosial. Mereka sampai lupa bahwa selain bermain media sosial mereka juga mempunyai tanggung jawab diluar media sosial itu.

Menurut Ngafifi, kemajuan teknologi akan berpengaruh negatif pada aspek sosial budaya, seperti:

- a. Kemerosotan moral di kalangan warga masyarakat, khususnya kalangan remaja dan pelajar.
- b. Kenakalan dan tindak menyimpang di kalangan remaja semakin meningkat semakin lemahnya kewibawaan tradisi-tradisi yang ada di masyarakat. Kenakalan remaja dan pelajar semakin meningkat dalam berbagai bentuknya, seperti perkelahian, corat-corek, pelanggaran lalu lintas sampai tindak kejahatan.

- c. Pola interaksi antar manusia yang berubah. Kehadiran komputer maupun telpon genggam pada kebanyakan rumah tangga golongan menengah ke atas telah mengubah pola interaksi keluarga (Fitri, 2017: 120).

Adanya kemajuan teknologi juga mempengaruhi kurangnya semangat dan usaha untuk memperoleh sesuatu, karena terlalu mengandalkan kemajuan teknologi yang ada, seperti contohnya, semenjak adanya platform pencarian informasi google anak sekolah lebih mengandalkan *google searching* untuk mengisi tugas sekolah dari pada mencari jawaban dengan cara membaca materi yang sudah dipelajari. Selain itu, semakin majunya teknologi semakin banyaknya budaya asing yang masuk sehingga menimbulkan masyarakat lebih tertarik terhadap budaya asing dibanding budaya negara sendiri.

Dampak tersebut tergantung bagaimana setiap orang bisa mengaturnya agar tidak berat sebelah. Dibalik dampak negatif penggunaan media sosial ada juga dampak positif yang terdapat didalamnya. Menurut kutipan Nisa Khairuni dalam jurnal edukasi yaitu :

- a. Anak dapat belajar cara beradaptasi;
- b. Anak dapat belajar bersosialisasi dengan publik;
- c. Dapat mengelola jaringan pertemanan (memperbanyak teman atau bertemu kembali dengan teman lama);
- d. Memudahkan anak dalam kegiatan belajar;
- e. Dapat menjadi sarana berdiskusi dengan teman mengenai tugas-tugas sekolah (Khairuni, 2016: 92)

Adanya media sosial juga memiliki dampak positif dalam bidang informasi, dimana pada era digital ini informasi lebih banyak diperoleh di media sosial karena sudah hampir semua kalangan bisa mengakses sosial media sehingga tidak sedikit lembaga penyedia informasi mengunggah informasi tersebut di media sosial. Media sosial juga dapat meningkatkan kreativitas para penggunanya karena terdapat banyak konten inovasi yang memperlihatkan dengan cara yang mudah sehingga para pengguna tertarik untuk mencobanya.



2.2 TikTok

2.2.1 Definisi TikTok

TikTok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik, yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur.

Aplikasi TikTok ini merupakan aplikasi yang juga bisa melihat video-video pendek dengan berbagai ekspresi masing-masing pembuatnya. Dan pengguna aplikasi ini bisa juga meniru dari video pengguna lainnya, seperti pembuatan video dengan musik goyang dua jari yang banyak juga dibuat oleh setiap orang. Dan video-video tersebut dibuat juga oleh anak-anak dibawah umur yakni peserta didik yang belum begitu memahami arti dari video-video tersebut. (Nugroho, 1978: 21)

Indikator media sosial TikTok dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

- a. Adanya dampak positif dan Dampak negatif dalam menggunakan aplikasi TikTok.
- b. Adanya kreatifitas mereka dalam penggunaan aplikasi TikTok. (Khairuni, 2016: 1)

Dalam aplikasi media sosial tik tok banyak berbagai konten video yang ingin mereka buat dengan mudah. Tidak hanya melihat dan menirukan, mereka juga dapat membuat video dengan cara mereka sendiri. Mereka dapat menuangkan berbagai video-video yang kreatif sesuai dengan ide-ide mereka. Tidak hanya mengenai video-video menarik, joget, lipsync dll, mereka juga bisa ikut tantangan-tantangan yang dibuat pengguna lain.

2.2.2 Logo TikTok

Berikut adalah logo dari aplikasi TikTok.



Gambar 2.2.2 Logo TikTok

Sumber: Google.com

2.2.3 Sejarah TikTok

TikTok diluncurkan oleh Bytedance pada bulan September 2016. TikTok juga disebut-sebut mengungguli aplikasi WeChat sejak peluncurannya. Hingga di tahun 2018 aplikasi ini sudah mulai digunakan oleh berbagai negara di dunia. Berdasarkan *Sensor Tower Analytics*, TikTok berhasil mengungguli Facebook dan Instagram pada 2019 lalu dan berhasil diunduh sekitar 700 juta pengguna yang mana penggunanya merupakan remaja muda atau sering kita sebut generasi Z. TikTok merupakan aplikasi yang paling banyak diunduh di Amerika Serikat dengan total unduhan sebanyak 9,14 juta. Aplikasi ini berhasil mengalahkan Instagram yang diunduh sebanyak 2,47 juta kali. (Sumber: kinetic.co.id).

Menurut kutipan Fatimah Kartini Bohang pada tahun 2018 jumlah tersebut mengalahkan aplikasi populer lain semacam Youtube, WhatsApp, Facebook Messenger, dan Instagram. Mayoritas dari pengguna aplikasi Tik Tok di Indonesia sendiri adalah anak milenial, usia sekolah, atau biasa dikenal dengan generasi Z. Aplikasi ini pun pernah diblokir pada 3 Juli 2018. Kemenkominfo telah melakukan pemantauan mengenai aplikasi ini selama sebulan dan mendapati banyak sekali masuknya laporan yang mengeluh tentang aplikasi ini, terhitung sampai tanggal 3 Juli tersebut. Laporan yang masuk mencapai 2.853 laporan.

Pada saat awal-awal diluncurkannya aplikasi ini sampai sekarang, aplikasi ini sangat dikenal banyak orang terutama anak-anak milenial, anak usia sekolah, atau biasa dikenal dengan generasi Z. Banyak sekali konten-konten yang tidak pantas untuk dilihat dan ditiru oleh anak-anak dibawah umur, anak-anak milenial,

atau anak-anak generasi Z. Pada saat awal diluncurkannya aplikasi tik tok ini banyak sekali remaja-remaja tanggung atau anak-anak milenial yang membuat video dengan bergoyang goyang dengan musik DJ atau dangdut-dangdut terkini. (Nugroho: 21)

2.2.4 TikTok Bagian dari Media Sosial

TikTok merupakan aplikasi video musik dan bagian dari media jejaring sosial sebagai sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. TikTok berasal dari Cina yang meramaikan industri digital di Indonesia. TikTok menjadikan ponsel pengguna sebagai studio berjalan. Media sosial ini menghadirkan special effects yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah. Saat ini video menjadi salah satu konten yang paling digemari warganet secara global, termasuk Indonesia. Video bahkan menjadi mata pencaharian baru bagi kaum milenial untuk meraup untung dari iklan yang tayang di channel video mereka. Video juga telah menjadi senjata baru untuk marketing sebagai brand communication strategy. Untuk memfasilitasi mereka dalam membuat video menarik, kemudian banyak pengembang berlomba-lomba untuk menciptakan aplikasi edit video. TikTok memungkinkan pengguna untuk secara cepat dan mudah membuat video-video pendek yang unik untuk kemudian dibagikan ke temanteman dan dunia. Memberdayakan pemikiran-pemikiran yang kreatif sebagai bentuk revolusi konten, menjadikan media sosial ini sebagai sebuah wujud tolak ukur baru dalam

berkreasi bagi para online content creators di seluruh dunia, terutama Indonesia. (Rahmawati, 2018: 1-3)

2.2.5 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi TikTok

Menurut Mulyana, dalam penggunaan Tik Tok terdapat dua faktor yakni Faktor Internal dan Faktor Eksternal. Faktor Internal seperti perasaan, sikap dan karakteristik individu, prasangka, keinginan atau harapan, perhatian (fokus), proses belajar, keadaan fisik, nilai dan kebutuhan juga minat, dan motivasi. Faktor eksternal seperti latar belakang keluarga, informasi yang diperoleh, pengetahuan dan kebutuhan sekitar, intensitas, ukuran, keberlawanan, hal-hal baru dan familiar atau ketidakasingan suatu objek (Deriyanto, 2018: 78).

a. Faktor Internal

Faktor internal yakni faktor yang berasal dari dalam diri seseorang seperti perasaan. Menurut Ahmadi, perasaan ialah suatu keadaan kerohanian atau peristiwa kejiwaan yang kita alami dengan senang atau tidak senang dalam hubungan dengan peristiwa mengenal dan bersifat subjektif. Jadi menurut Ahmadi, perasaan adalah faktor internal yang mempengaruhi penggunaan aplikasi tik tok. Karena menurutnya jika perasaan atau jiwa seseorang tidak menyukai atau tidak senang dengan penggunaan aplikasi tik tok ini maka seseorang tersebut tidak akan menggunakannya.

Menurut W. Wundt dalam Ahmadi perasaan tidak hanya dapat dilihat atau dialami oleh individu sebagai perasaan senang ataupun tidak senang melainkan dapat dilihat dari berbagai dimensi. Jadi menurut W. Wundt

penggunaan aplikasi tik tok ini tidak hanya bisa dilihat melalui perasaannya saja melainkan dilihat dari tingkah lakunya juga.

Dalam penggunaan aplikasi tik tok ini cara setiap orang membuatnya berbeda, dengan berbagai situasi perasaan mereka juga yang berbeda-beda. Jika perasaan sedang senang tingkahnya dalam pembuatan aplikasi tik tok juga sesuai dengan perasaannya, begitupun sebaliknya. Karena tingkah laku pada saat mereka menggunakan aplikasi tik tok ini membuktikan sebuah perasaan seorang penggunanya..

Menurut Gerungan mengatakan prasangka merupakan sikap perasaan orang-orang terhadap golongan manusia tertentu, golongan ras atau kebudayaan yang berbeda dengan golongan orang yang berprasangka itu. Jadi menurut Gerungan prasangka juga berpengaruh dalam penggunaan aplikasi tik tok. Karena jika seseorang memiliki prasangka baik ketika menggunakan aplikasi tik tok tersebut maka tidak ada sisi negatif dalam penggunaan aplikasi tik tok ini. Tapi begitupun sebaliknya jika prasangka seseorang sudah tidak baik terhadap penggunaan aplikasi tik tok maka seseorang tersebut juga tidak akan ingin menggunakan aplikasi tik tok tersebut.

Faktor internal merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Tik Tok. Faktor internal juga bisa dikatakan sebuah proses belajar dalam penggunaan media sosial termasuk penggunaan aplikasi Tik Tok. Jadi dalam penggunaan media sosial seperti aplikasi Tik Tok tidak hanya untuk hiburan semata, tetapi bisa juga untuk belajar berinteraksi terhadap orang-orang

baru, kemudian juga penggunaan aplikasi tik tok dapat meningkatkan kreatifitas setiap orang. Dilihat dari sisi negatif nya juga penggunaan aplikasi tik tok ini dapat membuat setiap orang memiliki rasa malas dan lupa dengan segala pekerjaan yang seharusnya ia lakukan.

b. Faktor Eksternal

Dalam aplikasi Tik Tok orang-orang memperoleh informasi dari berbagi video contohnya kejadian yang bersifat video seperti kapal tenggelam atau dalam bentuk rekaman lainnya dengan begitu cepat informasi kejadian tersampaikan kepada pengguna lainnya. Nasrullah mengatakan informasi menjadi identitas media sosial karena media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Jadi informasi adalah sesuatu yang sangat juga berpengaruh terhadap penggunaan aplikasi Tik Tok.

Jika seseorang tidak mendapatkan informasi tentang Tik Tok mungkin saja mereka tidak mengenal aplikasi Tik Tok, bahkan sampai menjadi penggunanya. Maka dari itu informasi dikatakan penting sekali dalam penggunaan aplikasi Tik Tok. Pengaruh dari media sosial yang merupakan bagian dari media informasi salah satunya adalah dapat mempengaruhi pengetahuan seseorang. Jadi dengan informasi juga seseorang bisa terpengaruh pengetahuannya mengenai media sosial seperti Tik Tok.

2.3 Gaya Hidup

2.3.1 Definisi Gaya Hidup

Menurut Kotler dalam (Sabran, 2009: 210) mengatakan: “Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.”

Gaya hidup menurut Sunarto (Silvya, 2009: 93) menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana mereka membelanjakan uang dan bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka. Dimensi gaya hidup merupakan pengklasifikasian konsumen berdasarkan AIO activities (aktivitas), interest(minat) dan opinion (opini).

Sedangkan Menurut Sumarwan (Listyorini, 2012: 14) menjelaskan bahwa: “Gaya hidup seringkali digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interest, and opinion). Dan lebih menggambarkan perilaku seseorang, yaitu bagaimana mereka hidup, menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya”.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang digambarkan melalui aktivitas, minat, dan opini.

2.3.2 Faktor-faktor Gaya Hidup

Menurut Kasali dalam (Silvya, 2009: 71) mengemukakan bahwa faktor-faktor gaya hidup dari para peneliti pasar yang menganut pendekatan gaya hidup cenderung mengklasifikasikan konsumen berdasarkan variabel-variabel aktivitas, interest (minat), dan opini pandangan-pandangan.

Josep Plumer misalnya mengatakan bahwa segmentasi gaya hidup mengukur aktivitas-aktivitas manusia dalam beberapa hal yaitu sebagai berikut:

- a. Bagaimana mereka menghabiskan waktunya.
- b. Minat mereka, apa yang dianggap penting disekitarnya.
- c. Pandangan-pandangan baik terhadap diri sendiri maupun terhadap orang lain.
- d. Karakter-karakter dasar seperti tahap yang mereka telah lalui dalam kehidupan, penghasilan, pendidikan dan dimana mereka tinggal.

2.3.3 Indikator Gaya Hidup

Menurut Sunarto (Silvya, 2009: 93) indikator gaya hidup diantaranya:

- a. **activities (kegiatan)** adalah mengungkapkan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.
- b. **Interest (minat)** mengemukakan apa minat, kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut.
- c. **Opinion (opini)** adalah berkisar sekitar pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal orat ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

Menurut (Peter, 2000: 142) mengemukakan bahwa gaya hidup diukur dengan bertanya pada konsumen tentang :

- a. Kegiatan mereka (pekerjaan, hobi, liburan), minat (keluarga, pekerjaan, komunitas), dan
- b. Opini (tentang isu sosial, isu politik, bisnis).

2.4 Teori Remaja

2.4.1 Pengertian Remaja

Masa remaja (adolescence) adalah merupakan masa yang sangat penting dalam rentang kehidupan manusia, merupakan masa transisi atau peralihan dari masa kanak-kanak menuju kemasa dewasa. Ada beberapa pengertian menurut para tokoh-tokoh mengenai pengertian remaja seperti:

Elizabeth B. Hurlock Istilah adolescence atau remaja berasal dari kata latin (adolescene), kata bendanya adolescentia yang berarti remaja yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh menjadi dewasa” bangsa orang-orang zaman purbakala memandang masa puber dan masa remaja tidak berbeda dengan periode-periode lain dalam rentang kehidupan anak dianggap sudah dewasa apabila sudah mampu mengadakan reproduksi. Istilah adolescence yang dipergunakan saat ini, mempunyai arti yang sangat luas, yakni mencakup kematangan mental, sosial, emosional, pandangan ini di ungkapkan oleh Piaget dengan mengatakan, Secara psikologis, masa remaja adalah usia dimana individu berintegasi dengan masarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkat yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah integrasi dalam masyarakat (dewasa) mempunyai aspek efektif, kurang lebih berhubungan dengan masa puber, termasuk juga perubahan intelektual yang mencolok. Transformasi intelektual yang khas dari cara berpikir remaja ini memungkinkannya untuk mencapai integrasi dalam hubungan sosial

orang dewasa, yang kenyataannya merupakan ciri khas yang umum dari periode perkembangan ini. (Hurlock, 2003: 206)

Hal senada juga di kemukakan oleh Jhon W. Santrock, masa remaja (adolescence) ialah periode perkembangan transisi dari masa kanak-kanak hingga masa dewasa yang mencakup perubahan-perubahan biologis, kognitif, dan sosial emosional. (Santrock, 2002: 23)

Begitu juga pendapat dari (World Health Organization) WHO 1974 remaja adalah suatu masa dimana individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksualitas sampai saat ini mencapai kematangan seksualitasnya, individu mengalami perkembangan psikologi dan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa, dan terjadi peralihan dari ketergantungan sosial yang penuh, kepada keadaan yang relatif lebih mandiri. (Sarlito, 2004: 9)

2.4.2 Tahun-tahun Masa Remaja

Batasan usia masa remaja menurut Hurlock, Awal masa remaja berlangsung dari mulai umur 13-16 tahun atau 17 tahun, dan akhir masa remaja bermula dari usia 16 atau 17 tahun sampai 18 tahun, yaitu usia matang secara hukum. Dengan demikian akhir masa remaja merupakan periode yang sangat singkat. Menurut Santrock, Awal masa remaja dimulai pada usia 10-12 tahun, dan berakhir pada usia 21-22 tahun.

Secara umum menurut para tokoh-tokoh psikologi, remaja dibagi menjadi tiga fase batasan umur, yaitu:

- a. Fase remaja awal dalam rentang usia dari 12-15 tahun.
- b. fase remaja madya dalam rentang usia 15-18 tahun.
- c. fase remaja akhir dalam rentang usia 18-21 tahun

Maka dengan demikian dapat diketahui dari bagian-bagian usia pada remaja yang dapat dijelaskan sebagai berikut, usia 12-15 tahun termasuk bagian remaja awal, usia 15-18 tahun bagian remaja tengah, dan remaja akhir pada usia 18-21 tahun. Dengan mengetahui bagian-bagian usia remaja kita akan lebih mudah mengetahui remaja tersebut kedalam bagiannya, apakah termasuk remaja awal atau remaja tengah dan remaja akhir.

2.4.3 Ciri-ciri Masa Remaja

Masa remaja adalah suatu masa perubahan, pada masa ini terjadi perubahan-perubahan yang sangat pesat yakni baik secara fisik, maupun psikologis, ada beberapa perubahan yang terjadi selama masa remaja ini diantaranya:

- a. Peningkatan emosional yang terjadi secara cepat pada remaja awal yang dikenal sebagai masa strong dan masa stress. Peningkatan emosional ini merupakan hasil dari perubahan fisik terutama hormon yang terjadi pada masa remaja. Dari segi kondisi sosial peningkatan emosi ini merupakan tanda bahwa remaja berada dalam kondisi baru, yang berbeda dari masa sebelumnya. Pada masa ini banyak tuntutan dan tekanan yang ditunjukkan

pada remaja misalnya mereka di harapkan untuk tidak lagi bertingkah seperti anak-anak, mereka harus lebih mandiri dan tanggung jawab. Kemandirian dan tanggung jawab ini akan terbentuk seiring dengan berjalannya waktu, dan akan Nampak jelas pada remaja akhir yang dalam hal ini biasanya remaja sedang duduk di masa sekolah

b. Perubahan yang cepat secara fisik yang juga di sertai kematangan seksual.

Terkadang perubahan ini membuat remaja merasa tidak yakin akan diri dan kemampuan mereka sendiri. Perubahan fisik yang terjadi secara cepat baik perubahan internal maupun eksternal. Perubahan internal seperti sistem sirkulasi, pencernaan, dan sistem respirasi. Sedangkan perubahan eksternal seperti tinggi badan, berat badan, dan proporsi tubuh sangat berpengaruh terhadap konsep diri remaja.

c. Perubahan yang menarik bagi dirinya dan hubungan dengan orang lain.

Selama masa remaja banyak hal-hal yang menarik bagi dirinya dibawa dari masa kanak-kanak digantikan dengan hal menarik yang baru dan lebih menantang. Hal ini juga dikarenakan adanya tanggung jawab yang lebih besar pada masa remaja, maka remaja diharapkan untuk dapat mengarahkan ketertarikan mereka pada hal-hal yang lebih penting. Perubahan juga terjadi dalam hubungan dengan orang lain. Remaja tidak lagi berhungan dengan hanya dengan individu dari jenis kelamin yang sama, tetapi juga dengan lawan jenis, dan dengan orang dewasa.

- d. Perubahan nilai, dimana apa yang mereka anggap penting pada masa kanak-kanak menjadi kurang penting karena sudah mendekati masa dewasa.
- e. Kebanyakan remaja bersikap ambivalen dalam menghadapi perubahan yang terjadi, tetapi disisi lain mereka takut akan tanggung jawab yang menyertai kebebasan tersebut, serta meragukan kemampuan mereka sendiri untuk memikul tanggung jawab tersebut.

Sedangkan menurut Hurlock, seperti halnya dengan semua periode-periode yang penting selama rentang kehidupan, masa remaja mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakannya dengan periode sebelumnya dan sesudahnya, ciri-ciri tersebut seperti:

- a. Masa remaja sebagai periode yang penting. Yaitu perubahan-perubahan yang dialami masa remaja akan memberikan dampak langsung pada individu yang bersangkutan dan akan mempengaruhi perkembangan selanjutnya.
- b. Masa remaja sebagai periode peralihan. Disini masa kanak-kanak dianggap belum dapat sebagai orang dewasa. Status remaja tidak jelas, keadaan ini memberi waktu padanya untuk mencoba gaya hidup yang berbeda dan menentukan pola perilaku, nilai dan sifat yang paling sesuai dengan dirinya.
- c. Masa remaja sebagai periode perubahan. Yaitu perubahan pada emosi perubahan tubuh, minat dan Pengaruh (menjadi remaja yang dewasa dan

mandiri) perubahan pada nilai-nilai yang dianut, serta keinginan akan kebebasan.

- d. Masa remaja sebagai periode mencari Identitas. Diri yang di cari berupa usaha untuk menjelaskan siapa dirinya dan apa Pengaruhannya dalam masyarakat
- e. Masa remaja sebagai periode usia yang menimbulkan ketakutan. Dikatakan demikian karena sulit diatur, cenderung berperilaku yang kurang baik. Hal ini yang membuat banyak orang tua yang menjadi takut.
- f. Masa remaja sebagai periode masa yang tidak realistik. Remaj cenderung memandang kehidupan dari kacamta berwarna merah jambu, melihat dirinya sendirian orang lain sebagaimana yang di inginkan dan bukan sebagaimana adanya terlebih dalam cita-cita.
- g. Masa remaja sebagai periode Ambang masa dewasa. Remaja mengalami kebingungan atau kesulitan didalam usaha meninggalkan kebiasaan pada usia sebelumnya dan didalam meberikan kesan bahwa mereka hamper atau sudah dewasaa, yaitu dengan merokok, minum-minuman keras menggunakan obat-obatan.