

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Media Sosial

2.1.1 Pengertian Media Sosial

Menurut Van Dijk (2013), yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (2016), bahwa “Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium(fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.” Berbagai definisi, Dr.Rulli Nasrullah M.Si. dalam buku Media Sosial (2016), menyimpulkan bahwa Media Sosial merupakan medium di internet yang memungkinkan penggunanya mempresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, saling berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lainnya, dan membentuk ikatan sosial secara virtual.”

Menurut Kaplan & Michael dalam Anggraeni (2018) mendefinisikan “media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna”. Komunikasi di media sosial tidak terjadi secara tatap muka secara langsung. melainkan menggunakan perangkat media seperti smartphone atau komputer yang terhubung secara langsung ke internet. Penulis dapat mencapai kesimpulan bahwa media sosial adalah jenis media yang digunakan untuk berinteraksi satu sama lain dan berbagi informasi, yang dilakukan melalui jaringan internet yang memungkinkan. penggunanya untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi ruang atau waktu.

2.1.2 Jenis Jenis Media Sosial

Media sosial teknologi mengambil berbagai susunan termasuk majalah, forum internet, weblog, blog sosial, microblogging, wiki, podcast, foto atau gambar, video, peringkat dan bookmark sosial. Dengan menerapkan satu set teori-teori dalam segi media penelitian (kehadiran sosial, media kekayaan) dan babak sosial (self-presentasi, self-disclosure) Kaplan dan Haenlein menciptakan skema klasifikasi untuk berbagai jenis media sosial dalam artikel Horizons Bisnis mereka diterbitkan dalam 2013. Menurut Kaplan dan Haenlein (2013) berada enam jenis media sosial yaitu :

1. Proyek Kolaborasi

Website mengizinkan usernya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun me-remove isi – isi yang berada di website ini. contohnya wikipedia

2. *Blog dan microblog*

User lebih lepas sama sekali dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. contohnya twitter.

3. Isi

para user dari pengguna website ini saling meng-share isi – isi media, berpihak kepada yang benar seperti video, *ebook*, gambar, dan lain – lain. contohnya youtube.

4. *Situs jejaring sosial*

Aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara menciptakan informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu dapat seperti foto – foto. Contoh Instagram.

5. *Virtual game world*

Dunia virtual, dimana mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana user dapat muncul dalam susunan avatar – avatar yang diinginkan

serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata. contohnya game online.

6. *Virtual Social World*

Dunia virtual yang dimana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berinteraksi dengan yang lain. Namun, Virtual Social World lebih lepas sama sekali, dan lebih ke arah kehidupan, contohnya *second life*.

Dari definisi di atas dapat diketahui bahwa media sosial mempunyai jenis-jenis yang bervariasi dan mempunyai fungsi serta cara penggunaan yang berbeda-beda. Tetapi masih dengan tujuan yang sama yaitu untuk bertukar informasi dan bersosialisasi. Dan pada penelitian ini, penulis memilih untuk berfokus pada sosial media Instagram sebagai Variabel penelitian.

Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata "insta" berasal dari kata "instan", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.

Pada aplikasi Instagram, memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video ke dalam feed yang dapat diedit dengan berbagai filter dan diatur dengan tag dan informasi lokasi. Unggahan dapat dibagikan secara publik atau dengan pengikut yang disetujui sebelumnya. Pengguna dapat menjelajahi konten pengguna lain berdasarkan tag dan lokasi dan melihat konten yang sedang tren. Pengguna dapat menyukai foto serta mengikuti pengguna lain untuk menambahkan konten mereka masuk kepada beranda. Melalui Instagram pengguna dapat mengunggah foto dan video pendek

kemudian membagikannya kepada pengguna lain. Pada gambar yang diunggah, 43 pengguna dapat menambahkan tag kepada orang tertentu dan penentuan lokasi. Pengguna juga dapat mengatur akun mereka sebagai "pribadi", sehingga mengharuskan mereka menyetujui setiap permintaan pengikut baru. Pengguna dapat menghubungkan akun Instagram mereka ke situs jejaring sosial lain, memungkinkan mereka untuk berbagi foto yang diunggah ke situs-situs tersebut.

2.1.3 Indikator Media Sosial

Pengukuran diperlukan untuk mengetahui seberapa besar peran media sosial dalam mengubah perilaku mahasiswa. Menurut Mayfield menyatakan bahwa indikator dari media sosial yaitu :

1. *Participation* (Partisipasi)
Yaitu media sosial memberikan kontribusi dan umpan balik bagi orang-orang yang tertarik.
2. *Openness* (Keterbukaan),
Sebagian besar media sosial terbuka untuk menerima suatu umpan balik dan partisipasi.
3. *Conversation* (Percakapan)
Media sosial menggunakan cara berkomunikasi yang lebih baik, yaitu menggunakan metode percakapan komunikasi dua arah.
4. *Community* (Komunitas)
Media sosial memungkinkan komunitas untuk terbentuk dengan cepat dan dapat berkomunikasi dengan efektif. Dikarenakan komunitas tersebut adalah tempat orang-orang berbagi dengan minat yang sama.
5. *Connectedness* (Saling Terhubung)
Sebagian besar jenis media sosial berkembang karena keterhubungan mereka.

Untuk mengetahui seberapa besar dampaknya terhadap gaya hidup, indikator media sosial akan menjadi dasar. Serta sejalan juga dengan salah satu tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media sosial terhadap gaya hidup

2.2 Gaya Hidup

2.2.1 Pengertian Gaya Hidup

Menurut Laksono dan Iskandar (2018), gaya hidup adalah sikap seseorang dalam menggambarkan suatu masalah sebenarnya yang ada didalam pikiran seseorang tersebut serta cenderung bergabung dengan berbagai hal terikat dengan masalah psikologis dan emosi atau bisa juga dilihat dari apa yang diminati dan pendapatnya tentang suatu objek. Gaya hidup menurut Bagong (2017) mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan dan pola-pola respon terhadap hidup, Serta terutama perlengkapan untuk hidup. Susanto (2006) dalam Sugihartati (2011) Menyatakan bahwa "Gaya hidup merupakan frame of reference yang dipakai seseorang dalam bertingkah laku dan konsekuensinya akan membentuk pola perilaku tertentu, terutama bagaimana dia ingin dipersepsikan oleh orang lain, sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana ia membentuk image di mata orang lain, berkaitan dengan status sosial yang disandangnya. Dalam setiap kehidupan kita mungkin sudah mengenal apa yang namanya gaya hidup, dia adalah sesuatu yang selalu ada dan dipraktikkan oleh manusia disekelilingnya. Gaya hidup juga sudah menjadi panutan bagi orang-orang yang mengenalnya, karena dengan seperti itu akan nampak cara hidup yang mereka inginkan, sesuai kebutuhan mereka tanpa harus memikirkan orang lain, asiknya gaya hidup juga bisa dirasakan oleh beberapa kaum remaja yang masih melihat trend-trend gaya hidup sekarang ataupun masa depan, yang lebih dikenal dengan gaya hidup modern. Gaya hidup juga sangat berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi"

Nurul (2017) mengatakan dikalangan mahasiswa mengikuti tren mode saat ini secara tidak sadar sebagai pemenuhan keinginan pengakuan dari mahasiswa lainnya akan eksistensi dirinya. Remaja dalam hal ini adalah mahasiswa membentuk sebuah trend untuk mengaktualisasikan dirinya. Ketersediaan waktu luang yang cukup serta bantuan keuangan yang selalu dipenuhi oleh orang tua menjadi faktor pendukung gaya hidup mahasiswa. Gaya hidup tersebut berpatokan pada *style* yang diciptakan dari orang lain atau melalui

media. khususnya pakaian yang sesuai mode dikalangan mahasiswa hanya sebatas pengakuan pada status sosial kelas atas dan pengakuan dari mahasiswa lain akan status sosialnya.

2.2.2 Jenis Jenis Gaya Hidup

Gaya hidup memiliki enam kelompok segmen gaya hidup menurut Susianto (Rhenald Kasali, 1998 : 242-243), dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Gaya hidup Hura-hura adalah kelompok yang menyukai kegiatan ‘hura-hura, dalam arti terlalu serius dalam terlibat pada sesuatu hal, senang keramaian.
2. Gaya hidup Hedonis adalah segmen yang mengarahkan aktivitasnya untuk mencari kenikmatan hidup. Mereka main diluar rumah dan membeli barang-barang mahal memenuhi kesenangannya.
3. Gaya hidup Rumahan atau anak rumahan adalah remaja yang lebih banyak menghabiskan waktunya dirumah dan tak banyak bergaul. Berorientasi pada keluarga dan agak perhitungan dalam menghabiskan uang sakunya.
4. Gaya hidup sportif atau remaja yang senang sport adalah remaja yang senang berolahraga dan mencapai prestasi dalam olahraga. Biasanya mereka bukan pesolek dan terbuka terhadap situasi.
5. Gaya hidup kebanyakan adalah cenderung hati-hati dalam bertingkah laku, cenderung konformis dan kurang berani menjadi inisiator.
6. Gaya hidup orang untuk orang lain adalah peka terhadap kebutuhan orang lain, banyak terlibat pada kegiatan-kegiatan sosial, produktif, dan mengutamakan kebersamaan dalam keluarga.

2.2.3 Indikator Gaya Hidup

Menurut Puranda dan Madiawati (2017), indikator gaya hidup terdiri dari 3 (tiga) faktor, yaitu :

1. Aktivitas (*Activities*) yaitu hobi, bekerja, hiburan, peristiwa sosial, liburan, komunitas, keanggotaan klub, olahraga, belanja.
2. Minat (*Interest*) faktor pribadi yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan.
3. Opini (*Opinion*) yaitu diri sendiri, politik, bisnis, masalah sosial, pendidikan, ekonomi, produk, budaya, masa depan, budaya.

2.3 Gaya Hidup Mahasiswa

2.3.1 Pengertian Gaya Hidup Mahasiswa

Berbicara mengenai mahasiswa, maka tidak luput dengan adanya gaya hidup sehari-hari atau kebiasaan yang dilakukan oleh mahasiswa. Gaya hidup merupakan istilah yang sedang populer saat ini di kalangan masyarakat. Sekarang ini, gaya hidup telah mengalami perubahan dan perkembangan seiring berkembangnya jaman. Dahulu masyarakat tidak terlalu mementingkan urusan penampilan dan gaya hidup, tetapi jaman sekarang berbeda keadaannya, karena kini gaya hidup mulai menjadi perhatian di kalangan masyarakat.

Selain itu, keberadaan media sosial yang juga menjadi titik balik perubahan gaya hidup mahasiswa saat ini, didalam pergaulan sendiri aktivitas nongkrong menjadi ajang untuk dapat diakui dan menunjukkan eksistensi didalam pergaulan itu sendiri. Masyarakat luas khususnya mahasiswa adalah kelompok individu yang cepat meresap dan menyaring berbagai tren yang sedang terjadi didalam masyarakat melalui media sosial yang tidak jarang sering diikuti bahkan menjadi acuan untuk beberapa hal seperti fashion, tips sehari-hari bahkan topik-topik pembahasan seputar Pendidikan hingga politik sekali pun.

2.3.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup Mahasiswa

faktor yang mempengaruhi gaya hidup mahasiswa terdiri dari faktor internal yaitu sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi. Selanjutnya faktor eksternal yaitu kelompok referensi, keluarga, kelas sosial dan kebudayaan. Faktor

dominan yang mempengaruhi gaya hidup mahasiswa yaitu faktor internal terdapat pada indikator sikap dan faktor eksternal terdapat pada indikator keluarga.