

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi komunikasi memberikan dampak yang kuat bagi perkembangan media sosial salah satunya dalam bidang komunikasi. Pada saat ini teknologi sudah menjadi bagian dari kehidupan manusia. Hal ini dapat dilihat dari kegiatan manusia yang membutuhkan media sosial untuk berkomunikasi. Media sosial pada saat ini tidak hanya dalam bentuk media elektronik, tetapi juga dalam bentuk media baru yang semakin berkembang dan populer yakni media jejaring sosial. Media jejaring sosial pada saat ini sangat di minati oleh masyarakat khususnya dikalangan siswa. Pada saat ini siswa sering menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mengeksperesikan diri dan menyampaikan setiap apa yang dirasakannya atau dialaminya.

Menurut Maidatur (2018: 49) Media sosial adalah sebuah sarana interaksi sosial yang berbasis online (*daring*) yang sering juga dimanfaatkan sebagai sarana pergaulan sosial secara online di internet. Di media sosial, para penggunanya dapat saling berkomunikasi, berinteraksi, berbagi, *networking*, dan berbagai kegiatan lainnya. Media sosial menggunakan teknologi berbasis website atau aplikasi yang dapat mengubah suatu komunikasi kedalam bentuk dialog interaktif. Beberapa contoh media sosial yang banyak digunakan adalah Youtube, Facebook, Twitter, dan lain-lain (Aditiawarman, 2019: 50).

Pada saat ini banyak cara masyarakat khususnya di kalangan remaja atau siswa dalam memperoleh informasi melalui berbagai media sosial, sehingga penggunaannya semakin banyak. Berdasarkan Kementerian Komunikasi dan Informasi: 2019 bahwa lebih dari 3,5 miliar manusia di bumi bergantung pada media sosial, artinya 46% atau hampir setengah dari populasi manusia di dunia adalah pengguna media sosial secara global mencapai lebih dari seperempat miliar. Data ini juga menampilkan data komunikasi media sosial di kalangan remaja usia 13-17 tahun, usia ini adalah usia minimal untuk pendaftaran akun media sosial seperti: facebook total 113,3 juta pengguna aktif, snapchat total 66,9 juta, Twitter total 20,2 juta pengguna, dan pengguna perangkat mobile sebanyak 3,4 juta. Selain itu, menurut Kementerian Komunikasi dan Informasi Indonesia: 2016, di Indonesia, jumlah penggunaan internet di Indonesia telah mencapai 82 juta dan 80%. Data tersebut telah menjelaskan bahwa sebagian besar siswa menggunakan media sosial guna mengekspresikan dirinya dan bagaimana dirinya membangun kepribadiannya (The Next Web , 2019).

Semakin meningkatnya media sosial didukung untuk kebutuhannya dapat diterima oleh teman sebaya, sehingga bisa berinteraksi, bergaul, berbaur dan berkembang bersama teman-teman sebayanya. Maka inilah yang mempengaruhi gaya hidup siswa. Istilah gaya hidup (*style of life*) memiliki arti sosiologi yang lebih terbatas dengan merujuk pada gaya hidup yang khas dari berbagai kelompok status tertentu, dalam budaya konsumen kontemporer istilah ini mengkonotasikan ekspresi diri, serta kesadaran diri yang semu.

Tubuh, busana, bicara, hiburan pada saat waktu luang, pilihan makan dan minuman, dan pilihan liburan, dan seterusnya dipandang sebagai indikator dari pemilik atau konsumen, Featherstone (dalam Irawan , 2017: 6).

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti di SMA N 1 Ujung Batu pada tanggal 2 Desember 2019 sampai tanggal 7 Januari 2020 dengan beberapa siswa kelas XI yaitu: 1). SMA N I Ujung Batu khususnya kelas XI ada yang pergi ke sekolah dengan menggunakan mobil, hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya siswa yang setiap kesekolah sering menggunakan mobil sebanyak 15 orang, yang dapat dibuktikan bahwa latar belakang orang tua siswanya yang memiliki tingkat ekonomi menengah ke atas dan juga siswa tersebut membawa mobil ke sekolah dengan alasan bisa memudahkannya untuk pulang pergi ke sekolah seperti ketika pergi dan pulang sekolah hujan siswa tersebut tidak kecurahan. 2). Siswa juga tidak dipermasalahkan membawa handphone ke sekolah, hal ini dibuktikan dengan perubahan gaya hidup siswa yang sering menggunakan handphone terutama di waktu luangnya pada jam istirahat, handphone tersebut juga digunakan sebagai media sosial mencari informasi ketika pada jam pelajaran dan sebagai media hiburan ketika jam pelajaran siang, sedangkan pada sekolah yang lain dipermasalahkan jika siswanya membawa handphone. 3). Siswa SMA N I Ujung Batu khususnya kelas XI tidak dipermasalahkan memakai baju bebas ketika jam pelajaran ekstrakurikuler seperti berpakaian bebas ketika kegiatan menari yang dilakukan setiap hari Jum'at pada jam 14:00 sampai 16:00, dan hal tersebut dapat juga dibuktikan bahwa siswa banyak yang memakai baju

bebas ketika kegiatan ekstrakurikuler berlangsung. Sedangkan disekolah lain diwajibkan memakai baju olahraga ketika kegiatan ekstrakurikuler.

Terkait dengan hasil observasi di atas permasalahan yang peneliti dapatkan adalah: Pertama, Siswa tidak dipermasalahkan membawa handphone kesekolah . Kedua, siswa ada yang membawa mobil kesekolah Ketiga, siswa tidak dipermasalahkan memakai baju bebas kesekolah ketika jam ekstrakurikuler. Keempat , dalam penggunaan handphone siswa cenderung menggunakan instagram, whatsapp, youtube pada saat pelajaran. Kelima, pada jam istirahat siswa sering bermain game dengan gadgetnya.

Permasalahan tersebut peneliti ingin mendalami dan mengetahui lebih lanjut dari media sosial yang digunakan oleh siswa tersebut. Media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam lingkungan sekolah terutama pada siswa masa kini. Hal tersebut tentunya membuat media sosial memiliki peran yang besar dalam pembentukan gaya hidup siswa saat ini. Sehingga diharapkan siswa memiliki gaya hidup yang lebih baik agar masa depannya menjadi orang yang berguna bagi nusa dan bangsa. Berdasarkan permasalahan diatas peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul “ **Gaya Hidup Siswa Kelas XI di SMA N 1 Ujung Batu Dilihat Dari Media Sosial** ”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan diteliti sebagai berikut: Bagaimana gaya hidup siswa kelas XI di SMA N 1 Ujung Batu di Lihat Dari media sosial?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya hidup siswa kelas XI di SMA N 1 Ujung Batu di Lihat Dari gaya hidup.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan tentang gaya hidup siswa dilihat dari media sosial.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dan wawasan keilmuan dalam dunia pendidikan. Serta pada perkembangan teknologi khususnya media sosial yang saat ini banyak digunakan oleh siswa. Tidak dapat dipungkiri bahwasanya perkembangan media sosial tersebut dapat memberikan dampak positif maupun dampak negatif bagi siswa khususnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi orang tua, sebagai informasi dan masukan untuk selalu memperhatikan anaknya mengenai penggunaan media sosial.
- b. Bagi guru, sebagai bahan informasi untuk memberikan masukan kepada siswa tentang gaya hidup.

- c. Bagi siswa, sebagai bahan bacaan yang menambah pengetahuan mereka tentang gaya hidup yang mereka gunakan sehingga siswa tersebut dapat menggunakan media sosial untuk hal-hal yang positif.
- d. Bagi penulis, sebagai sarana memperluas pengetahuan tentang hal-hal positif dan negatif dari penggunaan media sosial agar lebih bijak dalam menggunakannya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial menurut Faiza (2018: 49-50) merupakan sebuah sarana interaksi sosial berbasis daring (dalam jaringan) yang terhubung dengan internet, yang berfungsi memudahkan penggunaannya untuk saling berbagi informasi atau cerita, berpartisipasi, melakukan komunikasi lewat berkirim pesan, menjalin relasi dan membuat sebuah jaringan. Istilah media sering diletakkan pada kata massa, media, yang perwujudannya dapat dilihat dalam bentuk surat kabar, majalah, radio, video, televisi, komputer, internet, dan intranet, dan sebagainya, seiring dengan kemajuan teknologi informasi, media menjadi suatu kajian menarik dan banyak diminati pada hampir seluruh disiplin ilmu walaupun dengan penamaan yang sedikit berbeda. Misalnya, media telekomunikasi, media dakwah, pembelajaran berbahasa mediasi komputer, media pembelajaran dan seterusnya. Dalam bidang komunikasi sosial, istilah media sering dilekatkan dengan sosial atau disebut media sosial atau ada yang menyebutnya jaringan sosial, yang saat ini sangat digemari dimana-mana (Yaumi, 2018: 5).

Media sosial menurut Rulli Nasrullah (dalam Rasyidah, 2017:10) adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna

merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah sebuah alat komunikasi yang menggunakan jaringan internet yang berupa obrolan chat untuk berinteraksi dengan orang lain, bekerja sama, berbagi, dan yang bukan hanya digunakan untuk chat tapi juga digunakan untuk menyimpan video, foto yang bisa dilihat oleh semua orang.

b. Karakteristik Media Sosial

Gunawan (2019: 53) karakteristik media sosial yang bersifat maya sering menghasilkan fenomena-fenomena yang *booming*, baik dikalangan pengguna media sosial itu sendiri maupun khalayak luas. Fenomena yang muncul dari media sosial antara lain *jilboobs*, *selfi*, *trending*, *hashtag*, *meme*, *dubsmash*, dan *tik tok*. Media sosial ini tentu memiliki fenomena dengan karakteristik tersendiri bergantung pada cara penyebaran informasi oleh penggunanya. Sedangkan menurut Liliweri (2017: 290-291) karakteristik media sosial secara akademis yaitu:

- 1) *Engaging*. Media sosial mempunyai katakter “melibatkan”. Karena dia tidak saja berorientasi pada layanan bagi pelanggan tetapi melibatkan pelanggan untuk melayani orang lain, saling melayani di antara pelanggan. Dengan “melibatkan” maka setiap orang yang menggunakan media osial dapat berbagi cara terbaik untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Dalam dunia bisnis,

media sosial tidak saja dijadikan sebagai ajang promosi produk tetapi dia memberikan nilai sosial bagi pengguna, pelanggan dan konsumen untuk berbagi cara untuk memenuhi kebutuhan sosial.

2) *Empati*

Komunikasi yang efektif memerlukan kemampuan untuk menempatkan diri dalam hati dan benak orang lain. Seorang komunikator yang menepati adalah seseorang yang mempunyai kemampuan menyediakan peluang. Bagi orang lain untuk menemukan dirinya sendiri. Media sosial selalu mencoba dan terus mencoba untuk menempatkan orang lain sebagai bagian terutama dari komunikasi saya. Media sosial menempatkan saya sebagai seorang komunikator untuk tidak menjadikan diri saya sebagai “I” dan mengatakan “you” kepada orang lain, media sosial mengajarkan satu nilai empati dengan orang lain karena dia menghubungkan “i” dan “you” ke dalam “we”.

3) *Trustworthy*

Simaklah raksasa ritel Walmart, perusahaan global sekelas itu, setelah mengalami beberapa masalah dalam bidang pemasaran, masih terus belajar untuk memahami masalah mereka dan menyelesaikannya melalui pemanfaatan media social. Walmart kemudian bangun kembali menjadi besar karena menerapkan inti dari media sosial yaitu kejujuran, transparansi, dan orisinalitas.

4) *Unique*

Media sosial itu unik. Keunikan media sosial itu terletak pada “kebersamaan” antara sumber dan penerima dalam membentuk konten. Media sosial menerapkan strategi komunikasi sesungguhnya karena dia memberikan atau menambahkan “nilai tambah” pada konten demi membarui dan memberi isi pada gagasan yang diperlakukan. Salah satu akibatnya adalah para sumber dan penerima dalam komunikasi bermedia sosial telah menciptakan sebuah media menjadi “media sosial”, atau mengubah “media sosial” menjadi “lebih sosial”.

Hal tersebut selaras dengan Abid (Mahendra, 2017: 15-17) bahwa ada ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial dibandingkan media lainnya. Salah satunya adalah media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut sebagai sarana sosial yang virtual. Adapun karakteristik media sosial, yaitu:

a) Jaringan (*network*) antar pengguna

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna merupakan jaringan yang secara teknologi dimensiasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau tablet. Karakter media sosial adalah membentuk jaringan di antara penggunanya. Tidak peduli apakah di dunia nyata (*offline*) antar pengguna itu saling kenal atau tidak,

namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi.

b) Informasi

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkresikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Bahkan informasi menjadi semacam komoditas. Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (*networksociety*).

c) Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa menjadi akses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Setiap informasi apapun yang di unggah di *facebook* sebagai contoh, informasi itu tidak hilang begitu saja saat pergantian hari, bulan, sampai tahun. Informasi itu akan terus tersimpan dan bahkan dengan mudahnya bisa diakses.

d) Interaksi

Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberi tanda, seperti jempol di *facebook* atau hati di *instagram*. Interaksi dalam kajian media merupakan salah satu pembeda antara media lama (*old media*) dengan media baru (*newmedia*).

e) Simulasi sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga negara digital yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan. Layaknya masyarakat atau negara, di media sosial juga terdapat aturan atau etika yang mengikat penggunaannya. Media sosial tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri, bahkan apa yang ada di media sosial lebih nyata (*real*) dari realitas itu sendiri.

f) Konten oleh pengguna

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (*UGC*). Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh orang lain. Konten ini adalah format baru dari budaya interaksi dimana para pengguna dalam waktu yang bersamaan berlaku sebagai produser pada satu sisi

dan sebagai konsumen dari konten yang dihasilkan di ruang online pada lain sisi.

g) Penyebaran (*share*)

Penyebaran atau *sharing* merupakan katakter lainnya dari media sosial. *Sharing* merupakan ciri khas dari media sosial yang menunjukkan bahwa khalayak aktif menyebarkan konten sekaligus mengembangkannya. Maksud dari pengembangan ini misalnya, komentar yang tidak sekedar opini, tetapi juga data atas fakta terbaru. Di media sosial konten tidak hanya di produksi oleh khalayak pengguna, tetapi juga didistribusikan secara manual oleh pengguna lain. Berdasarkan defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa karakteristik media sosial adalah bahwa setiap pengguna media sosial selalu berhubungan dengan partisipasi, keterbukaan, perbincangan, komunikasi dan terhubung dalam menggunakan setiap media sosial dengan tujuan untuk memudahkan dalam bertukar informasi dan mendapatkan informasi dari seseorang.

c. Jenis-Jenis Media Sosial

Menurut kaplan & haenlein (dalam Khosyatillah, 2018: 24-25) beberapa jenis media sosial adalah:

- 1) *Proyek kolaborasi* (*collaborative projects*) dalam proyek kolaborasi, website mengijinkan penggunanya untuk dapat mengubah, menambah, ataupun menghilangkan konten-konten yang ada di website ini. Contohnya Wikipedia.

2) *Blog dan microblog*

Blog merupakan singkatan dari web blog adalah bentuk aplikasi web yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada sebuah halaman web umum. Sedangkan *microblog* adalah suatu bentuk kecil dari blog, jika pada blog pengguna dapat memposting tulisan tanpa batas karakter, pada microblog pengguna hanya dapat memposting tulisan kurang dari 200 karakter. Contoh dari microblog yang terkenal adalah twitter.

3) *Konten (conten communities)*

Konten merupakan para penggunanya untuk saling meng-share konten-konten media seperti video, *e-book*, gambar dan lain-lain. Contohnya youtube.

4) *Situs jejaring sosial (social networking sites)*

Merupakan sebuah web berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat daftar pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut. Tampilan dasar situs jejaring sosial ini menampilkan halaman profil pengguna yang didalamnya terdiri dari identitas diri dan foto pengguna. Contohnya facebook, path, my space serta instagram.

5) *Dunia virtual (virtual game world)*

Dunia virtual dimana mengreplikasikan lingkungan 3D, dimana penggunanya bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars 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 bebas dan lebih murah kehidupan. Contohnya second life. Sedangkan menurut Evans (dalam Nova, 2018: 5-6) jenis-jenis media sosial yaitu

a) *Social News Sites*, jenis media sosial ini memungkinkan pengguna untuk mengirimkan berita, informasi, artikel, video dan foto yang kemudian akan diberikan penilaian (*vote, like, atau dislike*) atas informasi tersebut.

b) *Social networking*

Jenis ini merupakan yang paling populer di Indonesia, mulai dari era Friendster, dilanjutkan oleh Myspace.com dan sampai sekarang paling digemari adalah Facebook di Indonesia masih terbanyak dibandingkan jejaringan sosial yang lain.

c) *Social sharing*

Beberapa platform media sosial memfokuskan diri pada fitur berbagi konten, yang paling populer antara lain YouTube dan Flickr. Dengan fungsi yang ditonjolkan, pengguna bisa dengan cepat dikenal di dunia maya selama mereka memiliki konten unik dan disukai.

d) *Blog*

Jenis media sosial ini memungkinkan seseorang untuk mengekspresikan dirinya untuk dalam bentuk artikel, ide, pemikiran dan informasi.

e) *Microbloggin*

Twitter ialah contoh microblogging, keterbatasannya dalam menulis pesan/informasi yang hanya 140 karakterlah yang membuatnya disebut sebagai *microblogging*.

f) *Forum*

Forum menjadi tempat berdiskusi tentang segala hal di dalam dunia maya, kaskus adalah contoh yang sangat terkenal dalam kategori forum yang memiliki anggota komunitas terbesar saat ini.

Berdasarkan defenisi diatas dapat di ambil kesimpulan bahwa jenis jenis media sosial adalah bahwa pengguna media sosial dapat mengguna berbagai jenis jejaring sosial dalam mendapatkan suatuinformasi maupun memberi informasi terkait dengan yang terjadi disekitarnya.

d. Ciri-ciri Media Sosial

Kaplan dan Harlin (Nova, 2018: 5) ciri-ciri media sosial adalah sebagai berikut:

1. “ Pesan ” yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa kepada banyak orang.

2. “ Pesan ” yang disampaikan cenderung lebih cepat dibandingkan media lainnya.
3. “ Pesan ” yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui *gatekeeper*.
4. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

e. Fungsi Media Sosial

Fungsi dari media sosial selain sebagai media komunikasi, juga merupakan media yang memudahkan mendapatkan informasi serta menyebarkan informasi. Media sosial pun berfungsi untuk hiburan (Drakel, 2018: 9). Menurut Dahesihsari (2019: 57-58) media massa memiliki fungsi ganda, yaitu fungsi sosial dan fungsi individu. Fungsi sosial yang diperankan mencakup empat hal:

1. Pengawasan lingkungan
2. Korelasi antar bagian dalam masyarakat untuk menanggapi lingkungannya
3. Sosialisasi atau pewarisan nilai
4. Fungsi hiburan

Sedangkan fungsi individu yang dijalankan media meliputi:

1. Pengawasan dan pencarian informasi
2. Mengembangkan konsep diri
3. Fasilitator dalam hubungan
4. Substitusi dalam hubungan sosial

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa fungsi media sosial adalah setiap kegiatan untuk memudahkan dalam

menggunakan setiap jejaring sosial yang dijadikan sebagai hiburan, pengawasan, sosialisasi dan fasilitator dan lain sebagainya.

f. Dampak Positif dan Dampak Negatif Media Sosial

Menurut Iqbal (2019: 51-52) dampak positif dan dampak negatif media sosial yaitu: Dampak positif media sosial antara lain:

1) Menambah teman

Media sosial bisa dijadikan sebagai tempat untuk memperluas jaringan pertemanan

2) Tempat berkomunikasi

Media sosial bisa dijadikan sebagai tempat untuk berkomunikasi dimana pun dan kapan pun.

3) Media sosial bisa dijadikan sebagai tempat berbagi, baik itu berbagi curhat, curahan hati, berbagi cerita, maupun berbagi pengetahuan Berpengetahuan luas

Tanpa sadar sosmed membuat seseorang semakin cerdas, dengan semakin banyak informasi yang di dapat, maka pengetahuan juga akan semakin luas.

4) Tempat beropini

Jika secara *face to face*, mungkin anda merasa malu, takut, dan grogi untuk menyampaikan opini. Namun media sosial, seseorang bebas menyampaikan segala pendapatnya tanpa perlu berhadapan secara langsung.

5) Menjadi diri sendiri

Mungkin di dunia nyata, seorang lelah menjadi seseorang yang bukan diri sendiri, di media sosial siapapun bisa dengan bebas menjadi apapun yang disukai, bahkan menjadi diri sendiri. Itulah beberapa dampak positif dengan adanya media sosial, namun harus dipahami, jika ada dampak positif pasti ada juga dampak negatif yang ditimbulkan oleh media sosial Antara lain:

1) Hoaks dan fitnah merajalela

Dengan menjamurnya informasi yang ada di media sosial, hal ini dimanfaatkan segelintir kelompok maupun individu untuk menyebarkan berita. Berita palsu dengan tujuan dan maksud tertentu.

2) Media sosial terbesar saat ini, facebook memiliki akun kloningan dan akun palsu. Persentase akun duplikat sebanyak 10% dan akun palsu sebesar 4% dari jumlah pengguna aktif bulanan facebook.

3) Banyak mata-mata

Hal yang paling menyebalkan di media sosial adalah di mata-matain, bisa oleh pasangan atau pacar, keluarga, hingga orang-orang kantor, dengan tujuan dan maksud tertentu. Hal ini membuat privacy seseorang sedikit terganggu.

4) Kecanduan

Dengan berbagai fitur yang kekinian di media sosial akan semakin membuat seseorang kecanduan.

Adapun dampak positif dan dampak negatif penggunaan media sosial, Khoiratun (dalam Rasyidah, 2017: 13-15) bahwa ada beberapa dampak positif penggunaan media sosial bagi siswa yaitu sebagai berikut:

- 1) Siswa dapat belajar mengembangkan keterampilan teknis dan sosial yang sangat di butuhkan di zaman digital seperti sekarang ini. Mereka akan belajar bagaimana cara beradaptasi, bersosialisasi dengan masyarakat sosial dan mengelola jaringan pertemanan.
- 2) Memperluas jaringan pertemanan, siswa akan menjadi lebih mudah berteman dengan orang lain diseluruh dunia, meski sebagian besar diantaranya belum pernah mereka temui secara langsung.
- 3) Menambah wawasan siswa tentang berita atau kabar yang sedang dibicarakan untuk bidang pendidikan, kebudayaan, dan lain-lain.
- 4) Sebagai media dakwah dan diskusi. Di media sosial (*facebook*) siswa dapat bergabung dengan berbagai komunitas.
- 5) Siswa dapat bertukar pikiran dan belajar dari perkataan orang, sehingga lebih tanggap dan komunikatif terhadap sekitarnya.
- 6) Dapat digunakan sebagai media pembelajaran di bidang pendidikan.

Dari dampak positif diatas, ada pula beberapa dampak negatif penggunaan media sosial bagi siswa sebagai berikut:

- 1) Berkurangnya waktu belajar, terlalu lama bermain media sosial akan mengurangi jatah waktu belajar.
- 2) Mengganggu kesehatan, terlalu banyak menatap layar handphone maupun komputer atau laptop dapat mengganggu kesehatan mata.

- 3) Siswa menjadi mudah malas, tidak mengerjakan tugas karena selalu ingin tahu status teman-temannya. Sehingga lebih banyak waktu yang terbuang sia-sia untuk hal yang kurang bermanfaat, contohnya chatting, yang akan berpengaruh terhadap minat belajar.
- 4) Kurangnya sosialisasi dengan lingkungan. Ini dampak terlalu sering dan terlalu lama bermain media sosial. Hal ini cukup mengkhawatirkan perkembangan kehidupan sosial di anak. Mereka yang seharusnya belajar sosialisasi dengan lingkungan justru lebih banyak menghabiskan waktu di dunia maya.
- 5) Memicu terjadinya aksi pornografi dan pelanggaran asusila. Mudah sekali pengguna media sosial menemukan sesuatu yang berbau seks, karena hal itu banyak dicari di internet.
- 6) Banyak terjadi kriminalitas oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Contohnya kasus penculikan yang diawali dengan perkenalan seseorang yang tidak dikenalnya, penipuan, pembunuhan dan lainnya.
- 7) Menghancurkan uang. Siswa dapat menghabiskan uangnya untuk membeli paketan internet atau online berjam-jam di warnet.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa dampak dari penggunaan media sosial yaitu dimana dampak positif penggunaan media sosial bisa memudahkan dalam mencari berbagai informasi, memudahkan dalam berkomunikasi dan lain sebagainya, sedangkan dampak negatifnya yaitu bisa berpengaruh buruk terhadap pengguna

media sosial jika pengguna media sosial tersebut tidak memanfaatkannya dengan baik.

5. Gaya Hidup

a. Pengertian Gaya Hidup

Istilah pada gaya hidup (style of life) memiliki arti sosiologi yang lebih terbatas dengan merujuk pada gaya hidup yang khas dari berbagai kelompok status tertentu, dalam budaya konsumen kotempore istilah ini mengkonotasikan ekspresi diri, serta kesadaran diri yang semu. Tubuh, busana, bicara, hiburan pada saat waktu luang, pilihan makanan dan minuman, dan pilihan liburan, dan seterusnya di pandang sebagai indicator dari pemilik atau konsumen, Featherstone (dalam Irawan, 2017: 6). Dari defenisi diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah suatu konsep yang baru dan mudah diukur seperti dalam bicara, busana, dan lain sebagainya yang terbatas dengan merujuk pada gaya hidup yang khas dari berbagai kelompok atau anggota status seseorang atas dasar kesadaran diri seseorang.

b. Klasifikasi Gaya Hidup

Amalia (dalam Aresa, 2012: 24-26) mengkasifikasikan gaya hidup, yang dilihat dari kebutuhan seseorang dalam memenuhi keinginan dan rutinitas yang selalu dilakukan sehingga menjadikan rutinitas tersebut menjadi pilihan gaya hidup yang diikuti, yaitu:

1) Industri gaya hidup

Pada abad lalu, gaya hidup sebagai penunjuk penampilan diri mengalami ekstisisasi dalam kehidupan sehari-hari, bahkan tubuh atau diri (*body/self*) pun mengalami estetisisasi tubuh. Tubuh atau diri dan kehidupan sehari-hari pun menjadi sebuah proyek, benih penyemaian gaya hidup. “kamu bergaya maka kamu ada!” adalah ngkapan yang mungkin cocok untuk melukiskan kegandrungan manusia modern akan gaya. Itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebagian besar adalah industri penampilan.

2) Iklan gaya hidup

Dalam masyarakat mutakhir, berbagai perusahaan (*corporation*), para politisi, serta individu-individu semuanya terobsesi dengan citra. Di era globalisasi informasi seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk gaya hidup adalah citra (*image culture*) dan budaya cita rasa (*taste culture*). Kedua budaya tersebut merupakan gempuran iklan yang menawarkan gaya visual yang kadang-kadang mempesona dan memabukan. Iklan mempresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik. Iklan juga perlahan namun pasti akan mempengaruhi pilihan cita rasa yang akan dipilih.

3) *Publik relation* dan jurnalistisme gaya hidup

Pemikiran mutakhir dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa budaya berbasis-selebritis (*celebrity based-culture*), para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen secara kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran “ aksesoris fashion”. Wajah generasi baru yang dikenal sebagai anak-anak E-Generation, menjadi seperti ini dianggap terbentuk memulai identitas yang diilhami selebriti (*celebrity-inspired identity*) mengenai cara mereka berselancar di dunia maya (internet), cara mereka mengganti busana untuk jalan-jalan. Ini menunjukkan bahwa peristiwa demi peristiwa dari selebritiserta citra mereka digunakan untuk membantu konsumen dalam parade identitas.

4) Gaya hidup mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu, diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan yang dimiliki untuk mencapai tujuan. Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami bentuk setiap resiko yang akan terbentuk gaya hidup sendiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta

menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

5) Gaya hidup hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya hanya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup (*life style*) seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau memperguna barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari luar (eksternal) dan faktor internal (dalam). Faktor internal yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi, Nugraheni (dalam Aisya, 2016: 12-14) dengan penjelasannya sebagai berikut:

1) Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang diperiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu subjek yang digorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

2) Pengalaman dan pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

3) Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

4) Konsep diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah mejadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.

5) Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuha untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan

prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

6) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan mengimpletasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia. Adapun faktor eksternal dijelaskan oleh Nugraheni sebagai berikut: faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup berasal dari dalam (internal) dan dari luar (eksternal). Faktor internal meliputi sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Adapun faktor eksternal meliputi kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

Adapun faktor eksternal gaya hidup menurut Kotler (dalam Silvia, 2018: 43-44) yaitu:

- 1) Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

2) Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

3) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.

d. Identifikasi gaya hidup

Widjaja (dalam Ivan, 2017: 28-29) terdapat empat kategori yang menjadi motif dalam proses pembelian dalam konsumen karena *lifestyle*, yaitu:

1) *Utilitarian purchase* (pembelian produk bermanfaat)

Konsumen membelanjakan produk ini dalam kondisi tidak sangat mendesak membutuhkan, tetapi memberikan keyakinan bahwa produk/jasa yang dibelinya akan meningkatkan kehidupan yang lebih baik atau lebih mudah.

2) *Indulgences* (kesukaan atau memanjakan diri)

Individu mencoba untuk hidup menikmati sedikit kemewahan tanpa banyak menambah pengorbanan dari pengeluarannya. Gratifikasi dari produk/jasa ini terletak pada faktor emosional.

3) *Lifestyle luxuries* (gaya hidup mewah)

Lifestyle luxuries menawarkan manfaat dan kegunaan bagi konsumen berupa meningkatkan *prestige*, *image*, dan *superior quality* dari sebuah merek. Dalam hal ini, peranan merek menjadi gratifikasi konsumen untuk membeli produk atau jasa.

4) *Aspirational luxuries*(hasrat kemewahan)

Seiring dengan *indulgences*, *aspirational luxuries* akan memuaskan konsumen dari aspek kebutuhan emosionalnya. Melalui pembelian, konsumen dapat mengekspresikan dirinya, sistem nilai, minat, dan hasratnya.

e. Indikator dan Pengukuran Gaya Hidup

Sunarto (dalam Mandey, 2009: 93) terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut:

1) Kegiatan (*Acktivity*)

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.

2) Minat (*interest*)

Objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Minat merupakan apa yang konsumen anggap menarik

untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

3) Opini (*opinion*)

Pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal oral ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk medeskripsikan 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.

B. Defenisi Operasional

1. Media sosial

Media sosial menurut Faiza (2018: 49-50) merupakan sebuah sarana interaksi sosial berbasis daring (dalam jaringan) yang terhubung dengan internet, yang berfungsi memudahkan penggunaannya untuk saling berbagi informasi atau cerita, berpartisipasi, melakukan komunikasi lewat berkirim pesan, menjalin relasi dan membuat sebuah jaringan. Media sosial yang peneliti maksud adalah sebuah sarana interaksi sosial antara siswa di SMA N 1 Ujung Batu terhadap gaya hidup.

2. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah konsep yang lebih baru dan lebih mudah terukur dibandingkan dengan kepribadian seseorang. Menurut Engel (dalam

Listyorini, 2012: 14) didefinisikan sebagai pola di mana orang hidup dan menggunakan uang dan waktunya (*pattern in which people live and spend time and money*). Gaya hidup yang dimaksud oleh peneliti adalah suatu pola kepribadian siswa dalam menjalankan kehidupan di SMA N 1 Ujung Batu.

C. Kerangka Konseptual

Media sosial menurut Faiza (2018: 49-50) merupakan sebuah sarana interaksi sosial berbasis daring (dalam jaringan) yang terhubung dengan internet, yang berfungsi memudahkan penggunaannya untuk saling berbagi informasi atau cerita, berpartisipasi, melakukan komunikasi lewat berkirim pesan, menjalin relasi dan membuat sebuah jaringan. Gaya hidup adalah konsep yang lebih baru dan lebih mudah terukur dibandingkan dengan kepribadian seseorang. Sunarto (dalam Mandey, 2009: 93) terdapat tiga indikator gaya hidup seseorang yaitu sebagai berikut:

1) Kegiatan (*Acktivity*)

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.

2) Minat (*interest*)

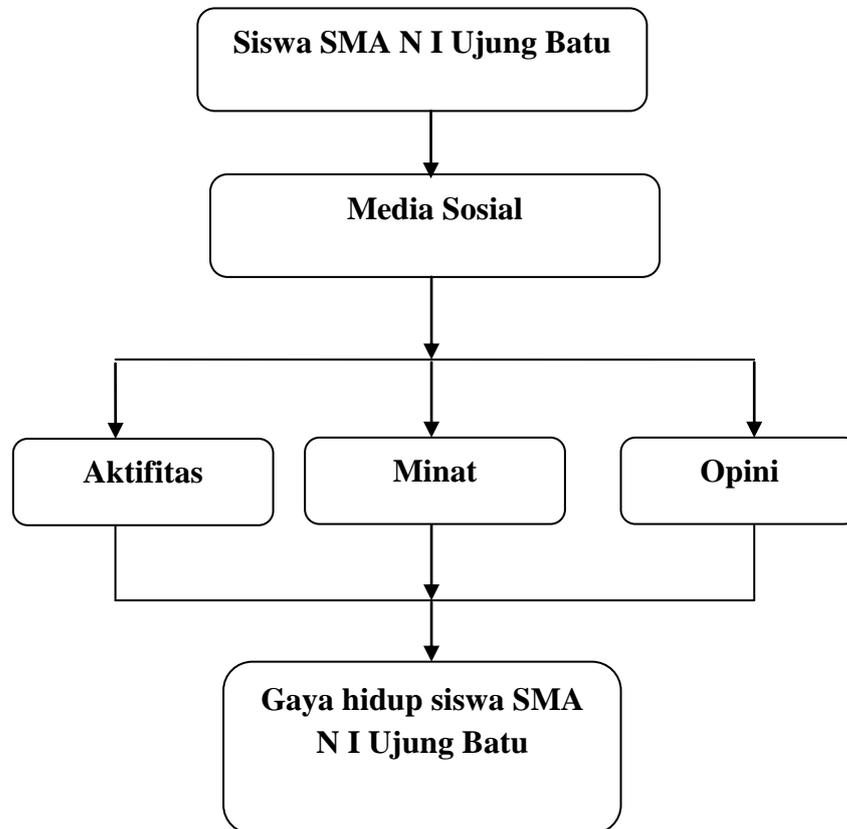
Objek peristiwa, atau topik dalam tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus-menerus kepadanya. Interest dapat berupa kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut. Minat

merupakan apa yang konsumen anggap menarik untuk meluangkan waktu dan mengeluarkan uang. Minat merupakan faktor pribadi konsumen dalam mempengaruhi proses pengambilan keputusan.

3) Opini (*opinion*)

Pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal oral ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk medeskripsikan 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.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual Gaya Hidup Siswa Kelas XI di SMA N 1 Ujung Batu di Lihat Dari Media Sosial



Dari kerangka berpikir diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup siswa kelas XI di SMA N 1 Ujung Batu di lihat dari media sosial dapat menghasilkan suatu gaya hidup dengan melihat perubahan siswa selama disekolah.

D. Penelitian Relevan

1. Judul Penelitian “ Peran Media sosial Terhadap Gaya Hidup Siswa SMA Negeri 5 Bandung ”. Oleh Juwita. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data ini melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Temuan penelitian ini adalah 1. intensitas penggunaan media sosial saat ini semakin meningkat. 2. Gaya hidup remaja saat ini dipandang sebagai makhluk individu yang tidak

lepas dari kecanggihan teknologi informasi. 3. Penggunaan media sosial berdampak terhadap gaya hidup Siswa SMA Negeri 5 Bandung. 4. Pembelajaran sosiologi dapat dimanfaatkan sebagai contoh mengenai fenomena sosial gaya hidup remaja saat ini sebagai upaya membina karakter.

Penelitian oleh Juwita mengkaji tentang mendeskripsikan gaya hidup remaja pengguna media sosial dewasa ini. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah mengkaji tentang bagaimana gaya hidup siswa kelas XI di SMA 1 Ujung Batu di lihat dari media sosial, sehingga dengan adanya penelitian ini dapat memberikan informasi gaya hidup siswa dilihat dari media sosial. Kesamaan penelitian yang dilakukan oleh Noviani dengan penelitian ini adalah memiliki kesamaan dalam variabel, sehingga hasil dari penelitian di atas mampu memberikan sumbangsih ide bagi penulis dalam menggali data terhadap informan yaitu siswa dengan media sosial. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus permasalahan yang akan dikaji yakni, peran media sosial terhadap gaya hidup siswa dengan gaya hidup siswa di lihat dari media sosial..

2. Judul Penelitian “ Peran Media Sosial Dalam Perubahan Gaya Hidup Remaja di SMA Muhammadiyah 3 Surabaya ”. Oleh Akbar. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan cara snowball untuk pengumpulan informan dan informan yang diperoleh sebanyak sembilan informan. Teori atau perspektif teoritis yang digunakan dalam studi ini yaitu teori simulacra dan hiperrealitas oleh jean baudrillard.

Hasil dari studi ini menunjukkan bahwa perubahan gaya hidup terhadap remaja yang disebabkan oleh media memiliki perbedaan pada saat remaja mengakses media sosial. Simulasi pun terjadi ketika remaja menurut apa yang dilihatnya didalam media sosial. Berdasarkan hasil temuan data cenderung melakukan simulasi berdasarkan penggunaan salah satu media sosial bernama dan juga berdasarkan konten yang disukainya didalam media sosial tersebut.

Penelitian ini mengkaji tentang bagaimana peran media sosial dalam perubahan gaya hidup remaja di SMA Muhammadiyah 3 Surabaya. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah mengkaji bagaimana gaya hidup siswa kelas XI di SMA N 1 Ujung Batu dilihat dari media sosial. Jadi penelitian ini dapat menjadi referensi terbaru untuk mengkaji lebih dalam mengenai peran media sosial terhadap siswa. Adapun relevansinya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah kesamaan meneliti media sosial terkait gaya hidup dilihat dari media sosial.

3. Judul Penelitian ” Penggunaan Blacbarry Dalam Pembentukan Gaya Hidup Siswa MAN 4 Jakarta ”. Oleh Rizky. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setiap manusia pasti memiliki pola pikir dan cara pandang tentang segala hal, karena pada setiap manusia dilengkapi dengan akal. Dari permasalahan-permasalahan yang sering dihadapinya akan melahirkan satu pandangan tentang bagaimana cara atau solusi untuk menghadapi permasalahan-permasalahan itu. Selain itu bahasa membentuk cara befikir orang-orang dan cara melihat kenyataan., sama halnya dengan Blackberry

siswa memiliki tanggapan yang berbea-beda, ada yang beranggapan baik dan ada pula beranggapan tidak baik terhadap gadget satu itu. Bentuk interaksi yang terjadi dengan teman sebaya, orangtua yaitu melalui *face to face* (tatap muka) atau dengan alat sperti blackberry atau handphone biasa. Dan gaya hidup yang dihasilkan pengguna Blackberry lebih memilih bergaya hidup yang mengikuti trend masa kini sedangkan non pengguna Blackberry memilih bergaya hidup yang biasa- biasa saja.

Penelitian oleh Rizky tentang Penggunaan Blacbarry Dalam Pembentukan Gaya Hidup Siswa MAN 4 Jakarta. Sedangkan penelitian yang akan dilakukan adalah mengkaji tentang gaya hidup siswa kelas XI di SMA N 1 Ujung Batu di Lihat Dari Media Sosial.

4. Judul Penelitian”Dampak Online Shop di Instagram Dalam Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Perempuan Shopaholic di Samarinda”. Oleh Fitria. Penelitian ini bertujuan menjelaskan dan menganalisis dampak *online shop* di instagram dalam perubahan gaya hidup konsumtif prempuan *shopaholic* di Samarinda. Penelitian ini adalah menggunakan metode penelitian *deskriptif kualitatif* yaitu penelitian yang berusaha menggambarkan objek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada di lapangan, dengan menggunakan *key informan* sebagai sumber data. Data-data yang disajikan menggunakan data primer dan data sekunder melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan data internet. Analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model analisis interaktif Mattew B. Miles dan A. Michel Huberman. Hasil

penelitian ini bahwa dapat disimpulkan, Perempuan shopaholic di Samarinda yang telah aktif menggunakan Instagram menjadi semakin konsumtif dalam hal berbelanja online untuk memenuhi kebutuhan yang didasari karena keinginan untuk menjaga penampilan sebagai wujud identitas diri.

Perbedaan dalam penelitian ini adalah dimana penelitian yang dilakukan oleh Fitriani dilakukan pada Perempuan Samarinda, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti dilakukan di kalangan SMA.

5. Judul Penelitian “Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja ”. Oleh Wahyuningsih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan gaya hidup hedonis pada remaja di Pekanbaru. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 300 (125 laki-laki dan 175 perempuan) orang dengan usia 12-24 tahun. Penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling serta menggunakan dua skala psikologi yaitu skala intensitas penggunaan media sosial Instagram dan skala gaya hidup hedonis. Hasil penelitian menunjukkan remaja di Pekanbaru memiliki intensitas penggunaan media sosial Instagram dan gaya hidup hedonis yang tergolong sedang.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih mengkaji tentang Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja . Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengkaji Gaya Hidup Siswa Kelas SMA N 1 Ujung Batu di Lihat Dari Media Sosial.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada.

Menurut Sugiyono (2011: 2) Studi kasus yang dipakai didasarkan pada pertimbangan situasi dan kondisi status subjek yang khas atau spesifikasi. Pada metode studi kasus, biasanya peneliti akan meneliti satu individu atau unit sosial tertentu secara lebih mendalam dan berusaha untuk menemukan semua variabel penting terkait dengan diri subjek yang diteliti.

B. Waktu dan Tempat

1. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Februari sampai Juni 2020.

2. Tempat Penelitian

Adapun tempat kegiatan penelitian ini dilakukan di SMA Negeri 1 Ujung Batu Kecamatan Ujung Batu Kabupaten Rokan Hulu.

Adapun pertimbangan dan alasan penelitian memilih SMA Negeri 1 Ujung Batu adalah:

- a. Pertimbangan peneliti melakukan penelitian pada SMA Negeri 1 Ujung Batu, merupakan salah satu sekolah yang terdapat tingkat SMA di Ujung Batu.

- b. Pada proses pembelajarannya pada Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Ujung Batu tingkat SMA, siswa mempelajari gaya hidup, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian tersebut.
- c. Alasan lain peneliti melakukan penelitian pada Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Ujung Batu ini, peneliti mempertimbangkan jarak tempuh dari tempat penelitian dengan peneliti tersebut cukup dekat, sehingga mempermudah peneliti melakukan proses penelitian.

C. Informan Penelitian

Subjek pada penelitian ini merupakan informan sebagai orang yang memberikan informasi tentang data penelitian mengenai gaya hidup siswa di SMA N 1 Ujung Batu. Subjek pada penelitian ini adalah siswa kelas XI di SMA N 1 Ujung Batu.

Informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2014: 58) *purposive sampling* yaitu informan-informan yang peneliti tentukan, merupakan orang-orang yang menurut peneliti memiliki informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, karena mereka (informan) dalam kesehariannya senantiasa berurusan dengan permasalahan yang sedang peneliti teliti. Jadi *Purposive sampling* yang dimaksud adalah siswa kelas XI SMA N 1 Ujung Batu dengan banyak 12 siswa.

D. Jenis dan Sumber Data

Sumber data adalah subyek dari mana data itu diperoleh (Arikunto, 2013: 172). Sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau

menjawab pertanyaan peneliti, baik pertanyaan tertulis maupun lisan. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sumber data primer dan sekunder yaitu:

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2011: 137) sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti. Sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat langsung serta memahami dan dapat memberikan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu siswa kelas XI SMA N 1 Ujung Batu.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2011: 137) sumber sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data atau peneliti, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari literatur dari dokumen sekolah, meliputi visi misi sekolah, sejarah berdirinya SMA N 1 Ujung Batu, dan kegiatan sekolah.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dalam penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai *sumber*, dan berbagai *cara*, sugiyono (2017: 308), dalam penelitian ini melalui:

1. Observasi

Observasi yang dilakukan peneliti dengan cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan pembelajaran yang sedang berlangsung. Observasi langsung merupakan cara pengambilan data dengan terjun kelapangan secara langsung. Menurut Sugiyono (2017: 309) observasi adalah dasar dari ilmu pengetahuan. Peneliti hanya dapat bekerja sesuai data yang didapat saat melakukan observasi. Nasution (dalam Sugiyono, 2010: 310) menyatakan bahwa observasi dasar dari semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja menggunakan data yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui kegiatan observasi. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah observasi secara langsung. Dimana peneliti langsung terjun kelapangan penelitian, bahwa metode ini digunakan untuk mengungkapkan data secara langsung dalam mengamati hal-hal yang berhubungan dengan gaya hidup siswa. Langkah yang dilakukan adalah gaya hidup siswa kelas XI di SMA N 1 Ujung Batu di lihat dari media sosial.

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi (Sugiyono, 2017: 316).

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang melakukan jawaban terhadap setiap pertanyaan yang diajukan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara yang dilakukan terhadap pihak siswa kelas XI. Wawancara ini dilakukan dengan tujuan untuk mendukung data-data yang diperoleh peneliti selama dilapangan. Wawancara dianggap sebagai satu proses tanggung jawab lisan, dalam hal ini dua orang lebih saling bertatap muka tanya jawab.

3. Dokumentasi

Dokumen digunakan dalam pengumpulan data karena dalam banyak hal dokumen dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan (Moleong, 2011: 217). Kegiatan dokumen digunakan peneliti untuk mengumpulkan dan menyelidik data-data tertulis seperti profil sekolah, buku harian dan lain sebagainya serta data tentang peneliti-peneliti terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini. Dokumen tersebut dapat juga berupa biodata-biodata, baik biodata guru maupun biodata siswa.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat atau fasilitas yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dalam penelitian agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga mudah diolah. Alat atau instrumen yang digunakan dalam penelitian

ini adalah peneliti sendiri bertindak sebagai *participan observer*. Peneliti berperan sebagai perencana, pelaksana pengambilan data, analisis data, dan pelapor analisis data Moleong (2014: 168).

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan lembar observasi, pedoman wawancara dan dokumentasi. Dengan demikian instrumen dalam penelitian ini berfungsi dalam mengambil inisiatif meliputi pencarian data, pembuatan pertanyaan wawancara, memanfaatkan waktu dan sebagai pengolah data.

G. Teknik Analisa Data

Menurut Sugiyono (2014: 89-99), analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan. Jadi dalam hal ini teknik data diambil menurut 3 konsep dari Sugiyono tersebut, yaitu:

1. Analisis sebelum di lapangan

Penelitian kualitatif telah melakukan analisis data sebelum peneliti memasuki lapangan. Analisis data dilakukan terhadap hasil studi pendahuluan yang akan digunakan untuk menentukan fokus penelitian. Fokus penelitian ini masih bersifat sementara dan berkembang setelah memasuki dan selama di lapangan.

Dalam hal ini peneliti menganalisis siswa kelas XI di SMA N 1 Ujung Batu secara tidak langsung dengan mendapatkan informasi dari lulusan alumni dan dari teman sejawat. Agar didapatkan data sementara yang akan diteliti pada analisis tahap selanjutnya.

2. Analisis selama dilapangan dan setelah selesai dilapangan

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan pertanyaan lagi, sampai tahap tertentu sehingga diperoleh data yang dianggap kredibel. Miles and Huberman, mengemukakan bahwa aktifitas data analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Analisis data dilakukan melalui 3 tahap, yaitu data reduction (reduksi data), data display (penyajian data), dan conclusion drawing/ verification.

a. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari pola dan temanya. Peneliti mengambil contoh dalam gaya hidup siswa kelas XI di SMA 1 N Ujung Batu, setelah peneliti memasuki setting sekolah sebagai tempat penelitian, maka dalam mereduksi data peneliti akan memfokuskan pada siswa yang dimiliki kecerdasan tinggi dengan mengategorikan pada aspek gaya hidup .

b. Penyajian data

Bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dsb. Menyajikan data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif

adalah bersifat naratif. Ini dimaksudkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang dipahami.

c. Verification/penarikan kesimpulan

Langkah terakhir dari model ini adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan dalam penelitian mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal namun juga tidak, karena masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah peneliti ada di lapangan. Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum ada yang berupa deskripsi atau gambaran yang sebelumnya belum jelas menjadi jelas dapat berupa hubungan kausal/interaktif dan hipotesis.