

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Budaya**

Pada Kamus Besar Budaya Indonesia (Departemen Pendidikan Nasional, (2008) budaya adalah pikiran, akal budi, sedangkan tradisional adalah berasal dari kata tradisi yaitu adat kebiasaan turun temurun dari nenek moyang yang masih dijalankan di masyarakat, sedangkan menurut ahli yaitu Mitchel budaya adalah seperangkat nilai-nilai inti, kepercayaan, standar, pengetahuan, moral hukum, dan perilaku yang disampaikan oleh individu-individu dan masyarakat yang menentukan bagaimana seseorang bertindak, berperasaan, dan memandang dirinya sendiri juga orang lain. Perkembangan teknologi yang sangat canggih saat ini turut ditandai dengan perkembangan budaya yang ada di Indonesia saat ini. Dalam fungsi fungsionalis, yang digagas oleh Talcott Parsons menganggap budaya sebagai suatu system yang berperan dalam menjaga keseimbangan social. Budaya dianggap sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Menurut Marx budaya digunakan oleh kelompok dominan untuk menjaga ketidaksetaraan social karena budaya mencerminkan struktur kekuasaan dalam Masyarakat. Teori ekologi budaya oleh Julian Steward menghubungkan budaya dengan lingkungan fisik dan social. Dalam teori ini menyoroti adaptasi budaya terhadap perubahan lingkungan.

Perkembangan teknologi tentunya mempunyai dampak besar terhadap budaya. Budaya yang sifatnya dinamis akan mengikuti perkembangan jaman. Globalisasi budaya yang begitu pesat harus diantisipasi dengan memperkuat identitas kebudayaan nasional. Berbagai kesenian tradisional yang sesungguhnya menjadi aset kekayaan kebudayaan nasional jangan sampai hanya menjadi alat atau slogan para pemegang kebijaksanaan, khususnya pemerintah, dalam rangka keperluan turisme, politik dan sebagainya. Tantangan yang dihadapi oleh kesenian rakyat cukup berat, karena di era teknologi dan komunikasi yang sangat canggih dan modern

ini masyarakat dihadapkan kepada banyaknya alternatif sebagai pilihan, baik dalam menentukan kualitas maupun selera.

### **2.1.1 Unsur-Unsur Budaya**

Menurut Koentjaraningrat yang dituliskan oleh Sumarto (2019), unsur-unsur kebudayaan bersifat universal dan dapat ditemukan didalam kebudayaan semua bangsa di berbagai penjuru dunia. Terdapat tujuh unsur budaya menurut Koentjaraningrat, yakni system Bahasa, sistem pengetahuan, sistem sosial, sistem peralatan hidup dan teknologi, sistem mata pencaharian hidup, sistem religi, dan kesenian.

#### **1) Sistem Bahasa**

Bahasa merupakan sarana untuk memenuhi kebutuhan sosial manusia untuk berinteraksi atau berhubungan dengan sesamanya. Dalam ilmu antropologi dikenal dengan antropologi linguistik. Menurut Keesing kemampuan manusia dalam membangun tradisi budaya, menciptakan pemahaman tentang fenomena sosial yang diungkapkan secara simbolik, dan mewariskan kepada generasi penerusnya sangat bergantung pada bahasa. Dengan adanya hal tersebut, Bahasa menduduki porsi yang penting dalam Analisa kebudayaan manusia.

#### **2) Sistem Pengetahuan**

Sistem pengetahuan ini berkaitan dengan sistem peralatan hidup dan teknologi karena sistem pengetahuan bersifat abstrak dan berwujud didalam ide manusia. Sistem pengetahuan ini memiliki batasan yang sangat luas karena mencakup pengetahuan manusia tentang berbagai unsur yang digunakan dalam kehidupannya. Tiap kebudayaan selalu mempunyai suatu himpunan pengetahuan tentang alam tumbuh-tumbuhan, Binatang, benda, dan manusia disekitarnya.

#### **3) Sistem Sosial**

Menurut Koentjaraningrat, tiap kelompok masyarakat kehidupannya diatur oleh adat istiadat dan aturan-aturan mengenai berbagai macam kesatuan didalam lingkungan dimana ia hidup dan bergaul. Kesatuan

sosial yang paling dekat dan dasar adalah kerabatnya, yakni keluarga inti dan kerabat yang lain. Lalu, manusia akan digolongkan kedalam tingkatan-tingkatan lokalitas geografis untuk membentuk organisasi sosial dalam kehidupannya.

4) Sistem Peralatan Hidup dan Teknologi

Manusia sejatinya akan selalu berusaha untuk mempertahankan hidupnya sehingga mereka akan selalu membuat peralatan atau benda-benda tersebut. Perhatian awal para antropolog dalam memahami kebudayaan manusia berdasarkan unsur teknologi yang dipakai suatu masyarakat berupa benda-benda yang dijadikan sebagai peralatan hidup dengan bentuk dan teknologi yang masih sederhana.

5) Sistem Mata Pencaharian Hidup

Fokus kajian penting etnografi merupakan mata pencaharian atau aktivitas suatu masyarakat. Penelitian etnografi tentang sistem ini mengkaji bagaimana cara mata pencaharian suatu kelompok masyarakat atau sistem perekonomian mereka untuk mencukupi kebutuhan hidupnya.

6) Sistem Religi

Permasalahan fungsi religi dalam masyarakat berasal dari adanya pertanyaan mengapa manusia percaya pada adanya suatu kekuatan gaib atau supranatural yang dianggap lebih tinggi daripada manusia. Dan juga pertanyaan mengapa manusia itu melakukan berbagai cara untuk berkomunikasi dan mencari hubungan-hubungan dengan kekuatan supranatural tersebut. Dalam usaha memecahkan pertanyaan mendasar penyebab lahirnya asal mula religi tersebut, para ilmuwan sosial berasumsi bahwa religi suku-suku di luar Eropa merupakan sisa dari bentuk religi kuno yang dianut oleh umat manusia pada zaman dahulu Ketika kebudayaan mereka masih primitif.

7) Kesenian

Perhatian mengenai seni bermula dari penelitian etnografi mengenai aktivitas kesenian suatu masyarakat tradisional. Deskripsi yang

dikumpulkan berisi tentang bendabenda atau artefak yang memuat unsur seni seperti patung, ukiran, dan hiasan. Penulisan etnografi awal tentang unsur seni pada kebudayaan manusia lebih mengarah pada Teknik-teknik dan proses pembuatan benda seni tersebut. Deskripsi etnografi awal tersebut juga meneliti perkembangan seni musik, seni tari dan seni drama dalam suatu masyarakat.

Lalu adapula unsur-unsur budaya menurut Bronislaw Malinowski yang dituliskan oleh Sumarto (2019) dalam jurnalnya yang menyebutkan ada 4 unsur pokok dalam kebudayaan yakni:

- a) Sistem norma sosial yang memungkinkan Kerjasama antara para anggota masyarakat untuk menyesuaikan diri dengan alam sekelilingnya.
- b) Organisasi ekonomi
- c) Alat-alat dan Lembaga atau petugas-petugas untuk Pendidikan
- d) Organisasi kekuatan politik

Orang biasanya mensinonimkan definisi budaya dengan tradisi (*tradition*) dalam pemakaian sehari-hari. Tradisi dalam hal ini, diartikan sebagai ide-ide umum, sikap dan kebiasaan dari masyarakat yang nampak dari perilaku sehari-hari yang menjadi kebiasaan dari kelompok dalam masyarakat tersebut. Padahal pada kenyataannya, budaya dan tradisi merupakan hal yang berbeda. Budaya dapat memasukkan ilmu pengetahuan kedalamnya, sedangkan tradisi tidak dapat memasukkan ilmu pengetahuan kedalamnya. Budaya sebagai sikap mental dan kebiasaan lama yang telah melekat pada setiap Langkah kegiatan dan hasil kerja dengan fungsi utamanya yakni untuk memahami lingkungan dan menentukan bagaimana orang-orang merespon sesuatu, menghadapi ketidakpastian dan kebingungan. Budaya sebagai keyakinan, nilai, peraturan, norma, symbol serta tradisi yang telah dipelajari dan merupakan hal yang umum bagi sekelompok orang. Budaya merupakan cara hidup dan kebiasaan.

### **2.1.2 Faktor-Faktor Budaya**

Berdasarkan penelitian yang dituliskan Dewi (2024) menurut Kotler (2012), faktor-faktor budaya terdiri dari 3 yakni Kultur, Sub Kultur, dan Kelas Sosial.

#### 1) Kultur

Kultur atau budaya adalah faktor yang paling mendasar penentu keinginan dan perilaku seseorang. Umumnya hal ini berawal dari kegiatan atau pemikiran yang dianggap wajar sehingga membentuk kebiasaan yang sulit diubah. Kebudayaan berkembang menjadi bentuk umum dari Masyarakat berupa norma, persepsi, nilai, preferensi dan perilaku yang didapatkan seseorang dari keluarga maupun Lembaga penting lainnya.

#### 2) Subkultur

Subkultur atau sub budaya merupakan bagian dari budaya yang cakupannya lebih sempit karena terpisah oleh sistem nilai. Setiap budaya mempunyai sub budayanya sendiri yang merupakan identifikasi dan sosialisasi yang khas untuk perilaku anggotanya. Sub budaya ini meliputi kelompok ras, kelompok keagamaan, dan wilayah geografis.

#### 3) Kelas Sosial

Kelas sosial yaitu bagian-bagian dari masyarakat yang relatif homogen dan bertahan lama dalam masyarakat yang tersusun secara hierarki. Di dalam kelas sosial yang sama, minat, nilai dan tingkah laku anggotanya juga akan sama.

### **2.1.3 Penerapan Budaya (Internalisasi Nilai-Nilai)**

Agar budaya menjadi nilai-nilai yang tahan lama, maka harus ada proses internalisasi budaya. Internalisasi merupakan proses menanamkan dan menumbuhkan suatu nilai atau budaya menjadi bagian diri orang yang bersangkutan (Sumarto, 2019). Proses pembentukan budaya terdiri dari sub-proses yang saling berhubungan yakni antara lain kontak budaya, penggalan budaya, seleksi budaya, pemantapan budaya, sosialisasi budaya, internalisasi budaya, perubahan budaya, pewarisan budaya yang terjadi dalam hubungan dengan lingkungannya secara terus-menerus dan berkesinambungan (Asmaun Sahlan,

dalam Sumarto, 2019). Kebudayaan merupakan suatu prestasi kreasi manusia immaterial artinya berupa bentuk-bentuk prestasi psikologis seperti ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni dan sebagainya (Sumarto, 2019).

Sumarto (2019) menjelaskan tiga wujud kebudayaan. Wujud pertama yakni wujud ide kebudayaan yang bersifat abstrak, tak dapat diraba dan difoto. Kebudayaan ini dapat disebut tata kelakuan, karena berfungsi untuk mengatur, mengendalikan dan memberi arah kepada kelakuan dan perbuatan manusia. Wujud kedua dari kebudayaan sering disebut sebagai sistem sosial, yang menunjuk pada perilaku yang berpola dari manusia. Lalu wujud ketiga yakni disebut sebagai kebudayaan fisik, yaitu keseluruhan hasil aktivitas fisik, perbuatan dan karya manusia dalam masyarakat yang sifatnya konkrit berupa benda-benda. Jadi yang dinamakan budaya adalah pola kehidupan manusia yang lahir dari pemikiran dan pembiasaan yang mencirikan suatu masyarakat atau penduduk yang ditransmisikan bersama (Sumarto, 2019).

## **2.2 Budaya Populer**

Percepatan teknologi juga memunculkan budaya populer yang dengan mudah masuk ke dalam lapisan Masyarakat. Budaya populer memiliki definisi yang bervariasi. Menurut Mukerji (1991 dalam Adi: 2011: 10) istilah budaya populer mengacu pada kepercayaan, praktik, atau objek yang tersebar luas di Masyarakat seperti yang dikatakannya bahwa:

*“Popular culture refers to the beliefs and practice and objects through which they are organized, that are widely shared among a population. This includes folk belief, practices and object generated and political and commercial centers.”*

“budaya populer mengacu ada kepercayaan, praktek-praktek, dan objek yang menyatu dalam kesatuan yang hidup dalam Masyarakat. Hal ini termasuk kepercayaan adar, praktek-praktek, dan objek yang di produksi dari pusat-pusat komersial dan politik.”

Selain itu, istilah populer yang sering disingkat menjadi “Pop” memiliki arti dikenal dan disukai orang banyak (umum), sesuai dengan kebutuhan Masyarakat umum, mudah dipahami, disukai, dan dikagumi oleh orang banyak (KBBI:2005). Menurut Raymond William dalam Storey (2009), istilah populer memiliki 4 makna yakni banyak disukai orang, jenis kerja rendahan, karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang, dan budaya yang memang dibuat oleh orang untuk dirinya sendiri.

Salah satu contoh budaya populer adalah budaya pop. Menurut Borton (dalam Dzakiyah, dkk, 2020) budaya populer didominasi oleh produksi dan konsumsi barang-barang material dan bukan oleh seni-seni sejati, manakala penciptanya didorong oleh motif laba. Menurut Ibrahim (dalam Dzakiyah, dkk, 2020) budaya populer yang disokong oleh industri budaya telah mengkonstruksi masyarakat yang tidak sekedar berlandaskan konsumsi, tetapi juga menjadikan artefak budaya sebagai produk industri dan sudah tentunya komoditi.

Menurut teori-teori sebelumnya, budaya populer adalah industri budaya yang menghasilkan dan memasarkan kegiatan hasil pemaknaan budaya untuk mendapatkan keuntungan dari khalayak konsumen. Budaya populer bersifat massa yang dinikmati, disukai dan diterima oleh seluruh kalangan masyarakat tanpa memandang usia, gender, status sosial maupun faktor lainnya.

### **2.2.1 Karakteristik Budaya Populer**

Adapun karakteristik budaya populer berdasarkan penulisan Derry Mayendra (2011) yakni sebagai berikut:

#### **1. Relativisme**

Pada budaya populer, tidak ada yang benar atau salah secara mutlak, dan tidak ada Batasan apapun. Tidak ada standar mutlak dalam seni dan moralitas.

#### **2. Pragmatisme**

Budaya populer menerima apa saja yang bermanfaat tanpa memperdulikan benar atau salah hal yang diterima tersebut. Semua hal

diukur dari hasilnya atau manfaatnya, bukan dari benar atau salahnya. Hal ini sesuai dengan dampak budaya populer yang mendorong orang-orang untuk malas berpikir kritis sebagai akibat dari budaya hiburan yang ditawarkan.

3. Sekulerisme

Budaya populer mendorong penyebarluasan sekularisme sehingga agama tidak lagi begitu dipentingkan karena agama tidak relevan dan tidak menajwab kebutuhan hidup manusia pada masa ini. Hal yang terutama adalah hidup hanya untuk saat ini (*here and now*), tanpa memikirkan masalah dan masa depan.

4. Hedonisme

Budaya populer lebih banyak berfokus kepada emosi dan pemuasannya daripada intelek. Yang harus menjadi tujuan hidup adalah bersenang-senang dan menikmati hidup, sehingga memuaskan segala keinginan hati dan hawa nafsu. Hal seperti ini menyebabkan munculnya budaya hasrat yang mengikis budaya malu.

5. Materialisme

Budaya populer makin mendorong paham materialisme yang sudah banyak dipegang oleh orang-orang modern sehingga manusia semakin memuja kekayaan materi dan segala sesuatu diukur berdasarkan hal itu. Budaya populer sebenarnya menawarkan budaya pemujaan uang, hal ini dapat dilihat dengan larisnya buku-buku *self-help* yang membahas bagaimana menjadi orang sukses dan kaya.

6. Popularitas

Budaya populer mempengaruhi banyak orang dari setiap sub budaya, tanpa dibatasi latar belakang etnik, keagamaan, status sosial, usia, tingkat pendidikan, dan sebagainya. Budaya populer mempengaruhi hampir semua orang, khususnya di negara-negara yang berkembang dan negara-negara maju.

7. Kontemporer



Budaya populer merupakan sebuah kebudayaan yang menawarkan nilai-nilai yang bersifat sementara, kontemporer, tidak stabil, yang terus berubah dan berganti (sesuai tuntutan pasar dan arus zaman). Hal ini dapat dilihat dari lagu-lagu pop yang beredar.

#### 8. Kedangkalan

Kedangkalan (banalisme) ini dapat dilihat misalnya dengan muncul dan berkembangnya teknologi memberikan kemudahan hidup, tetapi manusia menjadi kehilangan makna hidup (karena adanya kemudahan).

#### 9. Hybrid

Sesuai dengan tujuan teknologi yaitu mempermudah hidup, munculah sifat hybrid yang memadukan semua kemudahan yang ada dalam sebuah produk, misalnya telepon selular yang sekaligus sebagai media internet, alarm, jam, kalkulator, video, kamera.

#### 10. Penyeragaman rasa

Hampir setiap tempat di seluruh penjuru dunia, monokultur Amerika terlihat semakin mendominasi, budaya tunggal semakin berkembang, keragaman bergeser ke keseragaman. Penyeragaman rasa ini baik mencakup konsumsi barang-barang faksial, non faksial sampai dengan ilmu pengetahuan. Keseragaman ini dapat dilihat dari contoh seperti makanan cepat saji (*fast food*), minuman ringan (*soft drink*), dan celana jeans yang dapat ditemukan di negara manapun.

#### 11. Budaya Hiburan

Budaya hiburan merupakan ciri yang utama dari budaya populer. Dimana segala sesuatu harus bersifat menghibur. Pendidikan harus menghibur supaya tidak membosankan, maka munculah *edutainment*. Informasi dan berita harus menghibur, maka munculah *infotainment*. Olahraga juga harus menghibur maka munculah *sportainment*. Bahkan muncul juga *religiainment*, agama sebagai sebuah hiburan akibat perkawinan agama dan budaya populer.

#### 12. Budaya Konsumerisme

Budaya populer juga berkaitan erat dengan budaya konsumerisme, yaitu sebuah Masyarakat yang senantiasa merasa kurang dan tidak puas secara terus menerus, sebuah Masyarakat konsumtif dan konsumeris, yang membeli bukan berdasarkan kebutuhan melainkan keinginan bahkan gengsi. Semua yang kita miliki hanya membuat kita semakin banyak “membutuhkan” dan semakin banyak yang kita miliki semakin banyak kebutuhan kita untuk melindungi apa yang sudah kita miliki.

#### 13. Budaya instan

Segala sesuatu yang bersifat instan bermunculan baik dari segi makanan maupun hal lainnya seperti mie instan, makanan cepat saji, banyak orang ingin menjadi kaya dan terkenal secara instan dengan mengikuti audisi-audisi.

#### 14. Budaya massa

Budaya massa adalah budaya populer yang dihasilkan melalui teknik-teknik industri produksi massa dan dipasarkan untuk mendapatkan keuntungan dari khalayak konsumen massa. Budaya massa ini berkembang sebagai akibat dari kemudahan-kemudahan reproduksi yang diberikan oleh teknologi seperti percetakan, fotografi, perekam suara, dan sebagainya. Akibatnya musik dan seni tidak lagi menjadi objek pengalaman estetis melainkan menjadi barang dagangan yang wataknya ditentukan oleh kebutuhan pasar.

#### 15. Budaya visual

Budaya populer juga erat berkaitan dengan budaya visual yang juga sering disebut sebagai budaya gambar atau budaya figural. Oleh karena itu, pada zaman modern ini banyak orang tidak begitu suka membaca dan lebih suka melihat gambar. Itulah mengapa industri film, animasi dan kartun serta komik berkembang pesat pada zaman ini.

#### 16. Budaya ikon

Budaya ikon erat kaitannya dengan budaya visual. Muncunya banyak ikon budaya yang berupa manusia sebagai Madonna, Elvis Presley, Marilyn Monroe, Michael Jackson, dan lainnya. Muncul pula yang berupa artefak

atau patung seperti patung Liberty, Menara Eiffel, dan sebagainya, termasuk juga ikon merek seperti Gucci, Christian Dior, Rolex, Apple, Mercedes, dan lain sebagainya.

#### 17. Budaya gaya

Dari budaya visual juga telah menghasilkan budaya gaya, dimana tampilan atau gaya lebih dipentingkan daripada esensi, substansi, dan makna. Pada budaya ini penampilan (*packaging*) seseorang atau sebuah barang (*branding*) sangat dipentingkan.

#### 18. Hiperealitas

Hiperealitas (*hyper-reality*) atau realitas yang semu (*virtual reality*) telah menghapuskan perbedaan antara yang nyata dan yang semu/imajiner, bahkan menggantikan realitas yang asli. Hiperealitas menjadi sebuah kondisi baru dimana ketegangan lama antara realitas dan ilusi, antara realitas sebagaimana adanya dan realitas seharusnya menjadi hilang.

#### 19. Hilangnya Batasan-batasan

Budaya populer menolak segala perbedaan dan batasan yang mutlak antara budaya klasik dan budaya salon, antara seni dan hiburan, yang ada antara budaya tinggi dan budaya rendah, iklan dan hiburan, hal yang bermoral dan yang tidak bermoral dan yang tidak bermoral, yang bermutu dan tidak bermutu, yang baik dan jahat, batasan antara nyata dan semu, batasan waktu dan sebagainya.

### 2.2.2 Musik

#### a. Pengertian Musik

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Musik merupakan ilmu atau seni Menyusun nada atau suara dalam urutan, kombinasi, dan hubungan temporal untuk menghasilkan komposisi (suara) yang mempunyai keatuan dan kesinambungan. Musik berasal dari kata muse dalam mitologi Yunani, muse sendiri merupakan dewa seni dan ilmu pengetahuan. Dalam penelitiannya Dzikri (2019) menuliskan definifi musik menurut seorang psikolog musik Amerika Serikat, Carl E.

Seashore (1866-1949), yakni musik sebagai suatu rangkaian bunyi yang dikeluarkan oleh instrument-instrumen musik yang terkendali dengan baik, dalam suatu waktu, dengan irama, melodi, harmoni, dan dinamika tertentu. Sedangkan Jamalus (1988: 1) dalam Dzikri (2019) mendefinisikan musik sebagai suatu hasil karya seni berupa bunyi dalam bentuk lagu atau komposisi yang mengungkapkan pikiran atau perasaan penciptana melalui unsur-unsur pokok musik yakni irama, melodi, harmoni, dan bentuk atau struktur lagu serta ekspresi sebagai suatu kesatuan.

Musik telah dikenal sejak berabad-abad yang lalu. Bukti-bukti arkeologi pertama tentang penggunaan alat musik dapat ditelusuri kembali hingga 3000 SM. Pada masa tersebut, Masyarakat Sumeria yang tinggal di wilayah Mesopotamia memiliki beragam alat musik yang meliputi lira, harpa, dan suling dari buluh. Alat-alat musik ini kemungkinan dimainkan secara bersamaan ssebagai suatu ansambel. Pada catatan juga diketahui bahwa praktik mereka dalam menyanyikan lagu adalah secara berganti-ganti atau bernyanyi di dalam kuil mereka. tidak ada catatan yang menunjukkan detail tentang bagaimana musik mereka terdengar, namun jelas bahwa musik merupakan bagian penting dari budaya Sumeria yang canggih serta memiliki makna religious dan tradisional yang kuat (Tambunan, 2004).

Dari penjelasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa musik adalah rangkaian suara atau nada yang disusun secara berurutan dan dikombinasikan sehingga menghasilkan bunyi yang utuh dan terhubung. Musik juga mencakup pola irama dan keharmonisan dalam melodi yang dapat memngaruhi perasaan dan pemahaman seseorang.

#### b. Unsur-unsur musik

Unsur-unsur musik yang terbagi dalam beberapa kelompok Bersatu membentuk sebuah lagu atau komposisi musik. Semua

komponen tersebut saling terkait dan memiliki peran penting dalam menciptakan sebuah lagu.

Menurut Jamalus (1988: 7) dalam Dzikri (2019) pada dasarnya unsur-unsur musik dapat dikelompokkan berdasarkan unsur-unsur pokok yakni harmoni, irama, melodi atau struktur lagu beserta unsur-unsur ekspresi yaitu tempo, dinamik dan warna pada kedua unsur pokok musik tersebut merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.

#### 1. Harmoni

Harmoni merupakan keselarasan bunyi yang terjadi ketika dua atau lebih nada dengan tinggi yang berbeda digabungkan (Jamalus, 1988: 35). Menurut Rochaeni (1989: 34) harmoni adalah kombinasi dari beberapa nada yang dimainkan secara bersamaan atau berurutan (arpegic), meskipun tinggi rendahnya nada tersebut tidak sama, namun terdengar selaras dan membentuk satu kesatuan yang utuh.

#### 2. Irama

Irama adalah serangkaian bunyi atau kelompok bunyi yang memiliki variasi panjang dan pendeknya not serta tekanan atau aksentuasi pada not. Irama juga bisa dianggap ritme, yaitu pola Panjang dan pendeknya nada yang bergantung pada nilai titik not. Menurut Jamalus (1988: 8) irama merupakan urutan Gerakan yang menjadi elemen dasar dalam musik. pada musik, irama dibentuk oleh serangkaian bunyi dengan berbagai durasi waktu dan panjangnya. Irama terdiri dari ketukan-ketukan yang berjalan secara teratur, terdiri dari ketukan yang kuat dan ketukan yang lemah.

#### 3. Melodi

Melodi adalah susunan rangkaian nada (bunyi dengan getaran teratur) yang terdengar berurutan serta dengan mengungkapkan suatu gagasan (Jamalus, 1988: 16). Melodi terbentuk dari serangkaian nada yang disusun secara horizontal. Komponen terkecil dari melodi disebut

motif, yang terdiri dari tiga nada atau lebih memiliki makna atau arti musikal. Motif-motif ini bergabung menjadi semi-frase, dan kombinasi semi-frase membentuk frase (kalimat).

#### 4. Bentuk Lagu/Struktur Lagu

Bentuk lagu atau struktur lagu adalah susunan atau hubungan antara unsur-unsur musik dalam suatu lagu, sehingga menghasilkan komposisi lagu yang bermakna (Jamalus, 1988: 35).

#### 5. Tanda Tempo dan Dinamika

Tanda tempo adalah kecepatan dalam memainkan lagu dan variasi dalam kecepatan lagu tersebut. Tanda tempo dapat dibagi menjadi tiga kategori yakni tempo lambat, tempo sedang, dan tempo cepat. Dinamika dalam sebuah lagu atau musik merujuk pada Tingkat kekuatan atau kelemahan suara, yang diwakili oleh berbagai simbol seperti forte, mezzo forte, piano dan lain sebagainya. Menurut Jamalus (1988: 40) warna nada adalah karakteristik unik dari bunyi yang bervariasi, yang dihasilkan oleh berbagai sumber atau jeni bunyi yang berbeda.

#### 6. Ekspresi

Ekspresi merupakan ekspresi dari pemikiran dan perasaan yang melibatkan tempo, dinamika, dan warna nada dari elemen-elemen dasar musik, yang disampaikan kepada pendengar oleh seniman musik atau penyanyi (Jamalus, 1988: 38). Dengan demikian, unsur ekspresi mencakup perasaan yang tertuang dalam musik yang memungkinkan pencipta lagu atau penyanyi untuk mengekspresikan emosi dalam sebuah lagu.

### c. Jenis-jenis Musik

Pada beberapa dekade terakhir, dunia musik mengalami banyak perkembangan seperti banyak jenis musik baru yang lahir dan berkembang. Menurut Puspitasari (2017: 19) jenis-jenis musik dapat

dikategorikan menjadi dua kelompok, yakni yang pertama jenis musik ditinjau dari perkembangannya, dan yang kedua jenis musik yang ditinjau dari iramanya (genre).

#### A) Jenis musik ditinjau dari perkembangannya

##### 1. Musik Modern

Musik modern merujuk pada jenis musik yang muncul sebagai hasil dari perkembangan budaya modern, seperti band, orkestra, simfoni, dan konser. Didalamnya berbagai sarana dan alat musik dapat digabungkan untuk menjadi instrument seni, dengan inspirasi yang bersumber dari berbagai aspek budaya populer yang meliputi berbagai bidang (Jamalus, 1988: 24).

##### 2. Musik Tradisional

Musik tradisional menurut Tumbijo (1977: 13) adalah seni budaya yang sejak lama turun menurun telah hidup dan berkembang pada daerah tertentu. Maka dapat dijelaskan bahwa musik tradisional adalah musik Masyarakat yang diwariskan secara turun temurun dan berkelanjutan pada Masyarakat suatu daerah.

##### 3. Musik Klasik

Musik klasik merupakan jenis musik yang mempesona dan memiliki unsur intelektual yang selalu dinikmati, hampir sepanjang sejarah. Musik klasik berasal dari Eropa pada rentang waktu antara tahun 1750 hingga 1825. Musik klasik dianggap sebagai bagian dari budaya tertinggi dan ekspresi manusia yang paling mulia, memungkinkan pendengarnya merasakan kedalaman dan koneksi dengan sesuatu yang luar biasa dan agung (Rose dan Nicholl, 2002: 244).

#### B) Jenis musik ditinjau dari iramanya (Genre)

##### 1. Jazz

Musik jazz adalah jenis musik yang tumbuh dari penggabungan blues, ragtime, dan musik Eropa terutama musik band. Dalam musik jazz alat musik yang biasanya sering digunakan adalah gitar, trombone,

piano, terompet, dan saksofon. Nada-nada dari musik jazz memiliki ciri khas yang unik dalam permainannya. Musik jazz merupakan salah satu ikon musik dan budaya-budaya musik abad 20 yang lahir di Amerika Serikat dari proses akulturasi unsur budaya Afrika dengan unsur musik Eropa.

## 2. Blues

Blues adalah genre musik vocal dan instrumental yang berasal dari Amerika Serikat. Musik blues memiliki akar dari musik-musik spiritual dan puji-pujian yang muncul dari komunitas bekas budak Afrika di Amerika Serikat. Penggunaan blue note dan penerapan pola *call and response* dalam musik lirik lagu-lagu blues adalah bukti dari asal-usulnya yang berakar dari tradisi musik Afrika Barat.

## 3. Country

Genre country merupakan gabungan dari elemen-elemen musik Amerika yang berasal dari wilayah Selatan dan pegunungan Appalachia di Amerika Serikat. Musik ini memiliki akar dari tradisi lagu rakyat Amerika Utara, musik kelst, dan musik gospel, dan mulai berkembang sejak tahun 1920an. Istilah “musik country” mulai digunakan sekitar tahun 1940an untuk menggantikan istilah “musik hillbilly” yang dianggap merendahkan.

## 4. World

Dunia musik instrumental merujuk pada kategori musik global yang mencakup musik tradisional atau musik rakyat dari suatu budaya, yang diciptakan dan dimainkan oleh Musisi tradisional dan erat kaitannya dengan musik dari wilayah asal mereka. Genre ini sering kali mencakup lagu-lagu rakyat yang memiliki Sejarah yang sangat panjang, bahkan mungkin mencakup periode sebelum Masehi, seperti sekitar 0-899 Masehi.

## 5. Techno



Genre techno merupakan jenis musik yang mengusung tema futuristik. Musik techno biasanya dimainkan menggunakan alat musik tradisional seperti gendang, gitar, sasando, dan lainnya. Genre ini menggunakan alat musik digital seperti DJ Maker yang bisa dipakai untuk meremix musik yang sudah ada sehingga menciptakan suasana musik yang futuristik.

6. Reggae

Reggae merupakan genre musik yang berkembang di Jamaika. Reggae menunjuk ke sebagian terbesar musik Jamaika, termasuk Ska, Rocksteady, dub, dancehall, dan reggae.

7. R&B (Rhythm and Blues)

R&B adalah genre musik populer yang menggabungkan jazz, gospel, dan blues, yang pertama kali diperkenalkan oleh pemusik Afrika-Amerika.

8. Rap

Rap adalah salah satu unsur musik hip-hop. Rap merupakan teknik vocal yang berkata-kata dengan cepat, sedangkan pelakunya disebut rapper. Biasanya, rap diiringi oleh DJ maupun sebuah band.

9. Death Metal

Death metal merupakan suatu sub-genre dari musik heavy metal yang berasal dari trash metal pada awal 1980an. Beberapa ciri khasnya meliputi lirik lagu yang berfokus pada tema kekerasan atau kematian, penggunaan ritme gitar yang rendah (*downtuned guitars*), perkusi yang cepat, dan tingkat intensitas dinamis yang tinggi. Umumnya, vocal dalam death metal dinyanyikan dengan gaya gerutuan (*death grunt*) atau geraman maut (*death growl*), yang sering disebut sebagai “*cookie monster vocals*”.

10. Dangdut

Dangdut merupakan genre musik yang berkembang di Indonesia. Bentuk musik ini berakar dari musik melayu pada tahun 1940an. Dalam evolusi menuju bentuk kontemporer sekarang masuk pengaruh

unsur-unsur musik India (terutama dari penggunaan tabla) dan Arab (pada cengkok dan harmonisasi). Sejak tahun 1971 dangdut boleh dikatakan telah matang dalam bentuknya yang kontemporer. Sebagai musik populer, dangdut sangat terbuka terhadap pengaruh bentuk musik lain mulai dari keroncong, langgan, degung, gambus, rock, pop bahkan house musik. Penyebutan nama dangdut merupakan onomatope dari suara permainan tabla yang khas.

### 2.2.3 Korean Pop (K-Pop)

Korean Pop atau lebih sering disebut K-pop merupakan jenis musik yang berasal dari Korea Selatan. Namun kini K-pop bukan hanya sebagai jenis musik melainkan telah menjelma sebagai sebuah industry. Budaya K-pop dimulai dengan popularitas drama korea berjudul *Endless Love* pada tahun 2000-an. Budaya ini kemudian didorong oleh kehadiran *boyband* dan *girlband* serta berbagai artis musik populer seperti Bigbang, Rain, dan BoA (Dzakiyyah, dkk, 2020). Pada tahun 2011, K-pop mulai menyebar ke berbagai negara di Eropa dan Asia termasuk Indonesia. Popularitas K-pop di Indonesia titik awal bagi banyak remaja untuk mengeksplorasi dunia K-pop dan menjadi sangat fanatik dengan segala aspek yang terkait dengan budaya K-pop. Dalam tulisannya, Sevilla Nouval (2021) menyimpulkan bahwa Fanatisme merupakan sikap senang yang diekspresikan secara berlebihan.

Kajian tentang budaya K-pop telah dilakukan oleh banyak peneliti. Seperti kajian yang dilakukan oleh Dzakiyyah Nisrina, dkk (2020) yang berjudul *Dampak Konsumerisme Budaya Korea (Kpop) Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang*. Dalam penelitiannya disampaikan bahwa para mahasiswa yang menggemari musik K-pop akan cenderung membeli barang-barang yang berhubungan dengan budaya tersebut sehingga mereka

tidak dapat mengontrol pengeluaran yang mengarah pada budaya konsumerisme.

Sulaeman, dkk (2022) mengkaji tentang Pengaruh Budaya Populer Korea Selatan Terhadap Budaya Konsumtif Pada Generasi Milenial Di Jakarta. Dalam penelitian ini menganggap bahwa media massa memiliki peran dalam melahirkan pembaharuan zaman pada kehidupan komtemporer dengan membentuk produksi dan budaya konsumtif pada media komunikasi. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa Budaya populer yang disebarkan melalui media yang dikonsumsi oleh generasi milenial di Jakarta mempengaruhi proses pembentukan jati diri dengan alasan mudah digemari dan dapat meningkatkan status social. Hegemoni dilakukan secara massif dan bertahap, melalui budaya massa membiusnalar kritis Masyarakat untuk bertindak konsumtif dibawah manipulasi kebutuhan palsu (Sulaeman, dkk, 2022).

Arisya, Vega & Yesi (2022) dalam penelitiannya juga mengkaji Pengaruh Budaya Kpop Terhadap Kehidupan Mahasiswa Universitas Diponegoro. Ditemukan bahwa budaya K-pop dapat mempengaruhi gaya hidup mahasiswa melalui cara berpakaian, cara ber make up dan budaya K-pop juga memengaruhi mahasiswa Universitas Diponegoro untuk belajar bahasa korea. Budaya K-pop juga membuat mahasiswa universitas Diponegoro untuk membuat mahasiswa lebih boros dalam menggunakan uang.

Ida Ri'aeni, dkk, (2019) juga mengkaji hal yang sama pada remaja di Kota Cirebon. Penelitian ini menggunakan subjek remaja SMA di Kota Cirebon yang tergabung dalam grub online K-pop sebagai informan. Dampak yang ditimbulkan dari fanatisme budaya korea (K-pop) terhadap remaja Kota Cirebon berdampak positive dan negatif. (Ida, dkk, 2019).

Korean pop atau Kpop ini merupakan sebuah genre musik yang berasal dari Korea Selatan dengan warna yang berbeda dari genre musik pop lainnya. Kpop bukan hanya menampilkan lagu-lagu saja, namun juga bagaimana lagu itu dibawakan. Kpop identik dengan konsep idol group yang membawakan lagu-lagu beserta dengan tarian yang energik dan kostum yang menarik. Sakinah, Hasna dan Wayuningsih (2022) menemukan bahwasanya terdapat empat faktor kunci yang mempengaruhi seseorang menjadi suka terhadap Kpop. Faktor tersebut adalah penampilan idola di atas panggung, lagu idola, sikap idola dan visual idola. Faktor-faktor tersebut menjadi bahan pertimbangan para penggemar dalam menyukai idola mereka.

Dunia kpop juga memiliki beberapa istilah yang sering digunakan penyebutannya seperti penyebutan kata bias untuk menggambarkan idola terfavorit penggemar. Merupakan hal umum apabila penggemar kpop yang saling bertemu untuk membahas bias mereka. Lalu kemudian kata *comeback* untuk menyebutkan bahwa idola mereka sedang merilis *single* atau *album* terbaru. Biasanya momen *comeback* ini digunakan untuk para penggemar berbondong-bondong mendukung para idola seperti streaming lagu hingga membeli album yang mereka jual. Tak jarang pula momen *comeback* ini digunakan para idola untuk bertemu dengan penggemar mereka seperti melakukan *fanmeeting* (jumpa penggemar), tampil di *music show*, hingga konser.

Kpop juga bukan hanya berbicara tentang genre musik, tetapi tentang bagaimana mereka berpakaian, cara mereka berbicara, cara bersikap, hingga cara bagaimana mereka tampil baik *on camera* maupun *off camera*. Para penggemar akan menilai bagaimana idola mereka tampil dihadapan publik. Tak jarang idola kpop menjadi sorotan karena gaya berpakaian yang unik tetapi terlihat sangat fashionable. Maka para penggemar cenderung memberi perhatian lebih terhadap bias mereka untuk bisa ditiru.

#### 2.2.4 Perkembangan K-Pop di Indonesia

Budaya Korea yang masuk ke Indonesia ini sangatlah beragam, mulai dari musik, makanan, serial drama, film, dan lain sebagainya. Bukan hanya memasuki negara Indonesia, tetapi budaya Korea ini juga meluas hingga dunia global. Menurut Fachrosi, dkk. (2020), merebaknya budaya Korea pada tingkat dunia biasa disebut dengan Korean wave yang kemudian juga merambah pada isu internasional serta globalisasi di tingkat dunia. Isu Korean wave ini telah masuk ke Indonesia pada tahun 2004 dan hingga kini antusiasmenya masih sangat besar, terutama pada kawula muda maupun remaja wanita. Hal ini menyebabkan budaya Korea dengan mudah diterima dan berkembang di tengah masyarakat Indonesia. Kesenangan seseorang terhadap idola atau sebagai fans kerap kali menimbulkan berbagai dampak negatif maupun positif. Fans seringkali dihubungkan dengan asumsi bahwa mereka berkaitan erat dengan fanatisme. Menurut Mutaali dan Prastiti (2019), fanatisme dapat diartikan sebagai suatu keyakinan terhadap objek fanatik yang sering dikaitkan dengan sesuatu atau rasa senang yang berlebihan pada suatu objek, dimana sikap fanatik ini biasa ditunjukkan melalui antusiasme terhadap objek yang ekstrem, emosi, minat yang berlebihan dalam waktu lama, serta seringkali menganggap hal yang mereka yakini merupakan hal yang paling benar.

Penggemar *boyband* maupun *girlband* seringkali memiliki anggapan negatif dari masyarakat. Mereka dipandang terlalu mengagung-agungkan sang idola dan dalam hal ini menganggap budaya Korea lebih unggul dibandingkan yang lain, bahkan budaya Indonesia sendiri. Mereka dengan bangga menirukan tarian-tarian atau dance dari *girlband* maupun *boyband* kesayangan mereka. Sayangnya, sedikit ditemui kawula muda yang bangga akan tarian tradisional

sebagai identitas dan budaya bangsa sendiri. Keadaan ini cukup memprihatinkan dan dapat berakibat pada lunturnya budaya asli suatu negara. Selain itu, perilaku fanatisme penggemar K-Pop juga dapat mendorong mereka untuk melakukan berbagai hal, seperti berusaha untuk meniru idola mereka, menyukai secara berlebihan sebagai penggemar, membeli bermacam pernak-pernik idola dan membeli kaset/album melampaui kemampuan ekonomi mereka, serta rela melakukan berbagai hal untuk mendukung sang idola (Fachrosi, dkk., 2020). Hal tersebut juga dapat mendorong ke arah negatif berupa pemborosan. Fans rela menghambur-hamburkan uang untuk membeli album, pernak-pernik, dan berbagai hal lain yang jumlahnya tidak murah dengan kisaran ratusan ribu hingga jutaan rupiah. Fanatisme terhadap suatu idola juga dapat menyebabkan keinginan untuk memiliki bahkan “halu” secara berlebihan. Sering kita temui, terutama pada kawula remaja wanita, yang mengaku sebagai pacar bahkan istri dari sang idola mereka. Hal ini dinilai cukup wajar jika hanya digunakan sebagai bahan bercanda, namun memiliki dampak negatif jika berlebihan.

Di samping itu, menjadi penggemar idol maupun menjadi bagian perkumpulan fans atau fandom juga memiliki berbagai dampak positif. Menurut Adinda dkk, (2018), dampak positif bagi diri sendiri yaitu segala sesuatu yang dapat diyakini dan disukai akan memberi rasa kecintaan dan semangat hidup yang lebih pada seseorang, memiliki rasa cinta, kasih sayang, dan bertahan. Oleh karena itu, dapat memicu semangat dan motivasi dalam diri seorang fan. Selain itu, sekumpulan orang dengan idola yang sama dapat menimbulkan keterikatan tersendiri dan ada rasa untuk saling merangkul satu dengan yang lainnya. Hal ini dapat menciptakan rasa solidaritas, toleransi, saling menghargai, saling tolong menolong, dan saling mendukung, sehingga dapat mengurangi adanya potensi konflik sosial

dalam masyarakat. Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Setyarsih (2016), bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara fanatisme atau kecintaan terhadap idola dengan solidaritas yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi fanatisme maka semakin tinggi juga tingkat solidaritas antaranggota. Kebersamaan dan keterikatan tersebut juga dapat mendorong lahirnya inovasi dan ide-ide positif yang tidak hanya berdampak pada internal komunitas, namun juga dapat berdampak luas kepada masyarakat.

### **2.3 Musik Sebagai Media Komunikasi Massa**

Secara mutlak tidak ada satu sumber yang mengatakan bahwa musik termasuk kedalam komunikasi massa. Walaupun demikian, musik dapat dikategorikan kedalam bentuk komunikasi seperti komunikasi persona ataupun komunikasi massa sekalipun (Kurnia, 2020). Musik dikategorikan sebagai komunikasi intrapersonal apabila musik disajikan untuk diri sendiri dalam rangka menghilangkan kejenuhan, sedangkan apabila disajikan untuk menyatakan perasaan kepada seseorang dapat dikategorikan sebagai musik antar persona (Kurnia, 2020).

Merujuk pada pendapat Bittner, komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (dalam Kurnia, 2020). Media komunikasi yang termasuk kedalam media massa adalah radio dan televisi yang termasuk kedalam media elektronik, surat kabar yang termasuk media cetak, serta film masuk kedalamnya. Namun dengan seiring perkembangan teknologi, definisi media massa tidak hanya berupa alat-alat mekanis yang mengirim dan menyimpan pesan, tetapi institusi yang menggunakan alat-alat tersebut untuk mengirim pesan (Kurnia, 2020).

Menurut Dominick dalam buku *The Dynamic of Mass Communications* menyebutkan bahwa, Ketika kita berbicara tentang media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, *sound recording (SR)*, dan film kita juga akan membicarakan orang-orang, kebijakan organisasi dan teknologi yang memproduksi

media massa tersebut. (dalam Kurnia, 2020). *Sound recording* (SR) sebagai salah satu media massa tentu saja berfungsi untuk mengirim pesan kepada khayalak. Salah satu produk dari SR adalah Musik (Kurnia, 2020). Musik merupakan bentuk komunikasi yang ditangkap oleh indra pendengaran atau auditif. Sehingga Ketika musik diawetkan dalam SR musik adalah pesan.

Musik juga dapat menjadi sebuah media Ketika pencipta lagu melalui penyanyi berusaha menyampaikan pesan yang berupa lirik kepada khalayak (Kurnia, 2020). Musik menjadi salah satu bentuk komunikasi massa karena dibuat oleh penciptanya, dibawakan oleh penyanyi, dikemas dan dijual oleh Perusahaan rekaman. Dengan pencipta lagu memiliki lagu, kemudian dibawakan atau dinyanyikan orang lain, lalu direkam dalam bentuk kaset atau CD yang didistribusikan oleh Perusahaan rekaman untuk bisa sampai kepada khayalak. Pesan pada komunikasi massa sifatnya umum. Sebuah lagu mengandung pesan yang hendak disampaikan oleh pencipta lagu kepada pendengarnya. Pesan yang hendak disampaikan tersebut berupa lirik yang dinyanyikan oleh penyanyinya (Kurnia, 2020).

Khalayak komunikasi massa bersifat heterogen, terdiri dari banyak perbedaan umur, jenis kelamin, Tingkat Pendidikan, suku, ras dan lainnya (Kurnia, 2020). selain itu khalayak juga tersebar pada wilayah luas, komunikator dapat saja tidak bertemu secara langsung dengan komunikannya. Feedback yang terjadi biasanya feedback yang tertunda karena komunikasi jenis ini berlangsung satu arah. Dan terjadi adanya noise yang biasanya akibat kesalahan teknis pada mesin yang mengirim pesan. Hal-hal tersebut, lagu dan musik dapat disebut sebagai media komunikasi massa.

#### **2.4 Teori Uses and Effects**

Teori *Uses and Effects* memperluas pemahaman dari *Uses and Gratifications* dengan menekankan tidak hanya pada alasan penggunaan media, tetapi juga pada efek yang dihasilkan dari penggunaan tersebut. Dalam penulisannya Burhan Bungin (2006) menyampaikan, Teori *Uses and Effects*



merupakan sebuah teori yang menjelaskan mengenai hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa, yang menimbulkan sebuah effects bagi pengguna dari media massa tersebut. Contoh dari teori *Uses and effects* dapat dilihat dari kebiasaan seseorang menonton atau mendengarkan media massa dalam keseharian seorang individu, misalnya kebiasaan orang menonton drama korea yang menimbulkan sebuah effects dari apa yang dilihat.

Dalam teori *Uses and Gratifications*, pemanfaatan media utamanya dipengaruhi oleh kebutuhan individu. Sebaliknya, dalam teori *Uses and Effects*, kebutuhan hanyalah salah satu dari berbagai faktor yang mendorong penggunaan media. Harapan dan persepsi terhadap media, serta tingkat aksesibilitas terhadap media, juga berperan dalam menentukan apakah seseorang akan memutuskan untuk menggunakan atau tidak menggunakan konten media massa.

Penelitian ini didasarkan pada prinsip bahwa pengguna media massa mengalami efek tertentu setelah menggunakan media massa tertentu. Denis McQuail, dalam bukunya *McQuail's Mass Communication Theory*, menjelaskan beberapa poin berikut :

1. Penggunaan media berdasarkan kebutuhan

Seperti dalam teori *Uses and Gratifications*, McQuail mengakui bahwa individu menggunakan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan seperti informasi, hiburan, identitas pribadi, dan interaksi sosial. Penggunaan media didorong oleh motivasi individu untuk memuaskan kebutuhan ini.

2. Harapan terhadap media

Individu memiliki harapan tertentu tentang media berdasarkan pengalaman sebelumnya, reputasi media, dan rekomendasi sosial. Harapan ini mempengaruhi keputusan untuk menggunakan media tertentu dan bagaimana mereka menginterpretasikan konten media.

3. Aksesibilitas media

Akses terhadap media merupakan faktor penting dalam penggunaan media. Individu yang memiliki akses lebih mudah atau lebih banyak

terhadap media tertentu lebih cenderung menggunakannya. Akses ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti teknologi, ekonomi, dan lingkungan sosial.

#### 4. Efek kognitif, afektif, dan perilaku

Penggunaan media menghasilkan berbagai efek pada individu. Efek kognitif mencakup peningkatan pengetahuan dan pemahaman, efek afektif melibatkan perubahan emosi dan sikap, dan efek perilaku mencakup tindakan yang diambil berdasarkan paparan media. McQuail menekankan bahwa efek ini bisa bersifat langsung atau jangka panjang, serta positif atau negatif.

#### 5. Interaksi Dinamis

McQuail menekankan adanya interaksi dinamis antara penggunaan media dan efek yang dihasilkan. Pengalaman individu dengan media dapat mempengaruhi kebutuhan dan harapan mereka di masa depan, yang pada gilirannya mempengaruhi penggunaan media selanjutnya.

#### 6. Konteks sosial dan budaya

Penggunaan media dan efeknya juga dipengaruhi oleh konteks sosial dan budaya di mana individu berada. Norma sosial, nilai budaya, dan interaksi dengan orang lain memainkan peran penting dalam bagaimana media digunakan dan diinterpretasikan.

Menurut McQuail, *teori Uses and Effects* menawarkan kerangka kerja yang komprehensif untuk memahami hubungan antara penggunaan media dan dampaknya pada individu. Teori ini menggabungkan motivasi individu dalam menggunakan media dengan efek yang dihasilkan dari penggunaan tersebut, serta mempertimbangkan faktor-faktor kontekstual yang mempengaruhi proses ini..

### 2.5 Efek Komunikasi Massa

Komunikasi massa atau *mass media communication* merupakan komunikasi yang memanfaatkan media massa yang dihasilkan oleh teknologi modern seperti radio, televisi, film, dan surat kabar (Hadi,dkk, 2020:2) . Menurut Apriadi Tamburaka (2010) komunikasi massa adalah proses komunikasi yang

dilakukan melalui media massa dengan berbagai tujuan komunikasi dan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak. George Gerbner (1967, dalam Jalaludin Rakhmat, 2019: 235) menyampaikan definisi komunikasi massa yaitu

*“Mass communication is the technologically and institutionally based production and distribution of the most broadly shared continuous flow of messages in industrial societies”*

“Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi berbasis teknologi dan lembaga dari aliran pesan yang berkelanjutan serta paling luas dibagikan dalam masyarakat industri”

Lalu Adapun definisi Komunikasi massa menurut John R. Bittner (1980, dalam Jalaluddin Rakhmat, 2019: 235) disampaikan bahwa

*“Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people”*

“Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang”

Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan jenis komunikasi yang menggunakan media massa berteknologi modern untuk menyampaikan pesan secara massal kepada khayalak luas.

Komunikasi massa memiliki tiga efek dimensi komunikasi massa yaitu kognitif, efektif, dan *behavioral*. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar, dan tambahan pengetahuan (Fitriansyah, 2018). Efek afektif berhubungan dengan dengan emosi, perasaan dan attitude (sikap) (Fitriansyah, 2018). Lalu efek *behavioral* yang berhubungan dengan perilaku untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu (Fitriansyah, 2018).

#### A. Efek Kognitif

Efek kognitif merupakan akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya (Fitriansyah, 2018). Efek kognitif komunikasi massa membahas bagaimana media massa memberi informasi yang bermanfaat dan mengembangkan

keterampilan kognitif dari khalayak itu sendiri. Melalui media massa, seseorang dapat memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah dikunjungi secara langsung (Karlinah (1999, dalam Fitriansyah, 2018). Realitas yang ditampilkan oleh media massa adalah realitas yang sudah diseleksi (Fitriansyah, 2018). Media massa tidak hanya memberikan efek kognitif semata, namun memberikan manfaat yang dikehendaki oleh Masyarakat (Fitriansyah, 2018).

#### B. Efek Afektif

Menurut Karlinah (Fitriansyah, 2018) tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi lebih tahu tentang sesuatu, melainkan lebih dari itu, setelah menerima informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya. Terdapat beberapa faktor-faktor yang memengaruhi terjadinya efek afektif dari komunikasi massa, yakni

1. Suasana emosional, respon terhadap sebuah film, iklan, ataupun informasi yang akan dipengaruhi oleh suasana emosional seseorang (Fitriansyah, 2018)
2. Skema kognitif, merupakan sebuah naskah yang ada dalam pikiran kita yang menjelaskan tentang alur peristiwa (Fitriansyah, 2018)
3. Situasi terpaan (*setting of exposure*), Seseorang akan merasa ketakutan menonton film horror, misalnya bila menonton sendirian, Ketika hujan lebat, dan tiang-tiang rumah berderik (Fitriansyah, 2018).
4. Faktor predisposisi individual, faktor ini menunjukkan sejauh mana orang merasa terlibat dengan tokoh yang ditampilkan dalam media massa (Fitriansyah, 2018).

#### C. Efek Behavioral

Efek *behavioral* merupakan akibat yang timbul pada diri khayalak dalam bentuk perilaku, Tindakan atau kegiatan (Fitriansyah, 2018).

Misalkan adegan kekerasan dalam film akan menyebabkan orang menjadi beringas. Program acara berkreasi, akan menyebabkan anak-anak mengikuti kreasi yang ditayangkan, dan lain sebagainya.

## 2.6 New Media

Perkembangan teknologi komunikasi massa digital yang memungkinkan seseorang untuk melakukan interaksi melalui dunia maya tanpa bertemu langsung dengan bantuan internet dapat disebut dengan media baru. Menurut Mc Quail (2011:148) media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang memungkinkan adanya digitalisasi dan cangkupan yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi. Holmes (2005:7) menyatakan bahwa internet merupakan awal mula perkembangan teknologi interaksi global akhir abad ke-20 yang mengubah cakupan serta sifat dasar dari medium komunikasi. Transformasi dimana media tradisional seperti televisi, koran dan radio yang telah banyak ditinggalkan oleh masyarakat ini disebut sebagai *second media age*. Media tradisional menyebarkan informasi yang bersifat satu arah dan tidak ada interaksi dua arah antara pengirim dan penerima. Adanya perbedaan antara media baru dengan media konvensional seperti televisi, koran dan radio yakni dimana pengguna media tersebut tidak dapat menggunakannya secara fleksibel dan secara *real time*.

Roger (1997:38) menjelaskan kemajuan teknologi yang pesat saat ini khususnya yang berhubungan dengan internet, memunculkan banyak perkembangan pada sistem komunikasi. Perkembangan teknologi yang sangat pesat mempengaruhi semua aspek kehidupan manusia. Perkembangan ini mempermudah seseorang untuk berkomunikasi dan berinteraksi tidak hanya sebatas audio namun juga audio visual. Ada tiga aspek yang menjadi ciri utama media baru yakni, media baru bersifat interaktif yang mana memungkinkan penggunaannya bisa berkomunikasi dengan memuaskan, efektif dan akurat, lalu media baru memiliki kemampuan untuk mengirimkan dan menerima pesan pada waktu yang dikehendaki oleh penggunanya, dan yang terakhir yaitu tidak bersifat

massal yang berarti pesan khusus dapat di pertukarkan secara individu diantara penggunanya

Trevo barr (2000) menyebutkan ada tipe interaksi yang terjadi akibat dari media baru, antara lain yaitu:

1. *One to one message*: komunikasi yang dilakukan antar personal melalui internet
2. *One to many message*: komunikasi yang dilakukan komunikator terhadap kelompok tertentu dalam satu group tertentu seperti contohnya pesan broadcast
3. *Distributed message database*: pesannya dapat dikirim secara global dan cepat
4. *Real time communication*: komunikasi yang dapat dilakukan dengan menggunakan jaringan internet atau bisa disebut dengan chatting
5. *Real time remote computer utilization*: pemanfaatan media komputer sebagai alat komunikasi
6. *Remote information retrieval*: dapat berkomunikasi jarak jauh seperti contohnya *world wide web (WWW)*

Menurut Mc Quail (2011:45) ciri-ciri media baru ialah suatu media yang dapat diakses dimana saja dan kapan saja, menggunakan teknologi berbasis internet, bersifat pribadi dan memiliki fungsi publik, setiap penggunanya merupakan komunikator dan control yang tidak ketat. Media baru diidentifikasi kedalam lima kategori berdasarkan jenis, penggunaan, konteks dan ketegorinya yakni:

1. Media komunikasi antar pribadi misalnya telepon genggam dan juga surat elektronik seperti *e-mail*
2. Media permainan interaktif merupakan media yang berbasis komputer atau aplikasi *game*
3. Media pencarian informasi yang merupakan mesin pencarian atau sumber data yang memudahkan seseorang untuk mencari informasi di internet dengan *world wide web (WWW)*

4. Media partisipasi kolektif yang berupa situs jejaring sosial seperti *Instagram, twitter, youtube dll*

Substitusi media penyiaran merupakan media yang dapat mempermudah penggunaannya untuk mengunduh suatu konten, misalnya film, lagu dll.

### **2.6.1 Media Sosial**

*New Media* dikatakan sebagai jaringan sosial modern, karena menggunakan teknologi informasi yang canggih (Fitriansyah, 2018). Dari jaringan sosial modern itu akhirnya melahirkan berbagai situs jejaring sosial atau Social Network. Situs jejaring sosial sendiri merupakan situs yang dapat menghubungkan jaringan komunikasi jarak jauh antar orang atau golongan melalui dunia maya atau internet, serta memiliki fungsi sebagai media interaksi (Fitriansyah, 2018). Sosial networking menjadi tempat untuk penggunaannya saling bertukar pendapat/komentar, mencari teman, saling mengirim pesan hingga saling memberikan penilaian (Fitriansyah, 2018). Sebab itulah situs *social networking* dikatakan sebagai interaktifitas.

Situs *social networking* atau yang lebih dikenal dengan sosial media, sekarang ini banyak digunakan baik untuk mobilitas kegiatan pekerjaan, hingga sebagai sarana komunikasi dengan teman. Banyak contoh sosial media yang bermunculan di kalangan Masyarakat. Seperti Facebook, Instagram, X, TikTok, hingga Youtube. Semua sosial media tersebut memiliki keunggulan dan kekurangannya masing-masing. Seperti Facebook yang lebih banyak digunakan oleh Generasi X dan Millennial dibandingkan dengan Generasi Z yang lebih memilih menggunakan Instagram. Begitupun dengan situs jejaring sosial yang menampilkan video seperti Tiktok dan Youtube. Tiktok hanya menampilkan video potrait dengan durasi yang terbilang singkat dengan dibandingkan dengan Youtube yang dapat menampilkan video dengan durasi yang lebih lama dengan rasio landscape.

### 2.6.2 Youtube

Youtube adalah website video terkenal yang dapat digunakan sebagai ajang berkumpul penggemar video di internet. Di youtube anda dapat menemukan video dari semua kalangan mulai dari pemula, pebisnis, aktor, hingga kandidat politik. Di youtube, seseorang dapat bergabung dan mengakses video dengan berbagai macam kategori sesuai dengan kegemaran seseorang. Masyarakat pun dapat mempublikasikan karya video seseorang agar dapat dinikmati oleh masyarakat luas (Asdani, 2008: 192). Tidak sedikit orang yang menjadi terkenal hanya dengan mengupload video mereka di youtube. Oleh karena itu youtube menjadi salah satu pilihan bagi mereka untuk mencoba suatu peruntungan. Manfaat lain yang didapat dari youtube adalah sebagai sarana berbagi mengenai berbagai ilmu. Youtube menawarkan uji data pada bulan Mei 2005, enam bulan sebelum peluncuran resmi pada November 2005. Pertumbuhan situs ini meroket pada bulan Juli 2006, perusahaan ini mengumumkan bahwa lebih dari 65.000 video diunggah setiap harinya dan situs ini menerima 100 juta kunjungan video per harinya. Menurut data yang dikumpulkan perusahaan riset pasarcomScore, youtube adalah penyedia video daring utama di Amerika Serikat dengan harga pasar 43 persen dan lebih dari 14 miliar video ditonton pada bulan Mei 2010. Semua pengguna YouTube dapat mengunggah video dengan batas durasi masing-masing 15 menit. Pengguna yang memiliki jejak rekam baik dengan mematuhi Panduan Komunitas YouTube diizinkan mengunggah video berdurasi 12 jam, tetapi akunnya perlu diverifikasi (biasanya melalui telepon genggam). Youtube menawarkan kemampuan menonton video distius luar. Setiap harinya youtube memiliki kode HTML yang bisa ditanamkan di situs manapun di internet. Fungsi ini sering sekali dipakai untuk memasang video di youtube di halaman jejaring sosial dan blog.

Riri Oktari (2023) meneliti dampak Konten Youtube terhadap perkembangan Bahasa anak usia 5-6 tahun. Penelitian ini memfokuskan

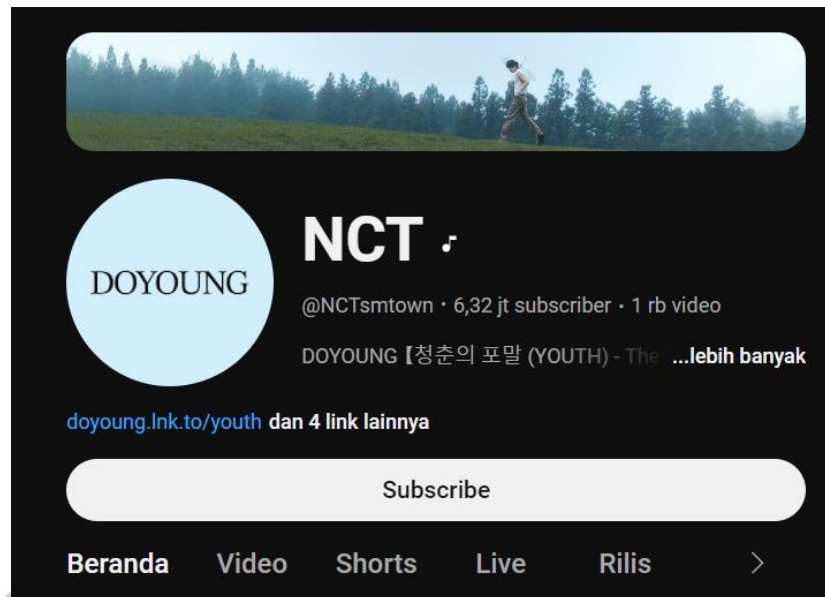


pada dampak yang dihasilkan dari konten youtube yang ditonton oleh anak usia 5-6 tahun yang menghasilkan dampak positif berupa peningkatan pembendaharaan kata pada anak dan dampak negatif yang berupa kecanduan dan ketergantungan. Dengan percepatan teknologi, semakin mudah bagi Masyarakat untuk mengakses Youtube. Dan kini semakin banyaknya akun youtube membuat fungsinya semakin beragam, bahkan sudah menyamai fungsi media massa.

### **2.6.3 Channel NCT**

*Channel youtube NCT (@NCTsmtown)* merupakan akun yang dimiliki oleh boygroup asal Korea Selatan bernama NCT yang berada dibawah naungan *SM Entertainment*. *Channel youtube NCT* ini bergabung pada tahun 2016 dan kini memiliki subscriber sebanyak 6,32 juta. NCT atau *Neo Culture Technology* merupakan grup asal Korea Selatan bentukan *SM Entertainment* (Khairani, dkk, 2019). NCT sendiri memiliki 26 anggota yang terbagi menjadi beberapa unit yakni NCT 127, NCT Dream, WayV, NCT Wish, NCT Dojaejung, dan NCT U.

*Channel youtube NCT* menampilkan banyak konten aktivitas group NCT itu sendiri seperti musik Video, Vlog, Recording Video, Dance Practice, hingga Live Streaming. Dalam penelitiannya, Putri dan Hutami (2023) mengatakan bahwa youtube merupakan platform media social yang digunakan untuk berbagi video sehingga penggemar internasional dapat menontonnya kapan dan dimana saja.



Gambar 1.1 Profil *channel youtube NCT*

*Channel youtube NCT* ini merupakan *channel youtube* utama dari beberapa *channel youtube* yang dimiliki oleh group NCT. Setiap unit dari group NCT memiliki *channel youtube* mereka sendiri seperti contoh NCT Dream yang memiliki *channel* dengan nama NCT DREAM. Meskipun setiap group unit memiliki *channel* tersendiri, semua tetap terhubung menjadi satu kedalam *channel* utama yakni *channel NCT*.

*Channel youtube* ini digunakan sebagai salah satu sarana promosi group mulai dari aktivitas group hingga aktivitas individu member NCT itu sendiri. Seperti apabila ada salah satu unit yang melakukan *comeback* atau mengeluarkan album maupun single terbaru, *youtube channel NCT* akan mengupload *musik video*, *dance practice*, hingga *recording* member mereka.

## 2.7 Gaya Hidup

Menurut Kotler (2005:210), yang dituliskan dalam Rizky (2018) Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai pola hidup seseorang didunia yang terungkap pada aktifitas, minat dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup secara luas

didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), ketertarikan, dan juga pendapat. Khudhriyatul Ulfa dan Sugeng Hariyanto (2022), dalam penelitiannya mengkaji Konsumerisme Makanan Siap Saji Sebagai Gaya Hidup Remaja Di Kota Surabaya memfokuskan pada perilaku konsumerisme Masyarakat kota terhadap produk komoditi dari industry budaya yang menjadikan struktur Masyarakat menjadi ikut berubah karena menyesuaikan kebutuhan. Pola kehidupan social yang khusus seringkali didefinisikan sebagai budaya, lalu gaya hidup tergantung pada suatu bentuk kultural, tata krama, cara penggunaan barang, waktu dan tempat tertentu yang menjadi karakteristik suatu kelompok.

Yofiendi (2020) dalam penelitiannya memfokuskan bagaimana pembentukan ideologi konsumtif sebagai gaya hidup. Dijelaskan bahwa gaya hidup tidak terlepas dari apa yang disenangi oleh seseorang, sehingga akan mempengaruhi dalam mengambil pengetahuan dan Keputusan. Sementara Shazrin, dkk (2022) mengkaji pada Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja dengan fokus mahasiswa prodi ilmu komunikasi Angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta. Diketahui bahwa social media tiktok memberi pengaruh terhadap gaya hidup remaja dikarenakan mudahnya akses informasi atau hiburan yang didapatkan melalui aplikasi tersebut. Gaya hidup merupakan suatu pola Tindakan yang membedakan antara individu satu dengan individu lainnya (Ufrida K, Hariyanto S, 2022).

Gaya hidup juga dipengaruhi oleh lingkungan dimana orang tersebut tinggal. Gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk keberadaan pusat belanja seperti mall, restoran populer, supermarket, dan area hiburan di pusat kota yang menawarkan berbagai fasilitas menarik dan estetika yang menarik (Jati 2015) dalam Ufrida K, Hariyanto S (2022). Dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan perilaku, kebiasaan, dan sikap terhadap diri sendiri dan lingkungannya.

### 2.7.1 Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut Amstrong yang dikutip oleh Rizky (2018) gaya hidup seseorang dapat dilihat dari bagaimana perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau menggunakan barang hingga jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada kegiatan tersebut. Amstrong membagi faktor yang mempengaruhi gaya hidup individu menjadi dua faktor yakni faktor dalam diri (internal) dan faktor dari luar diri (eksternal).

Faktor-faktor internal yaitu:

- 1) Sikap  
Sikap dapat diartikan sebagai kesiapan mental dan emosional seseorang untuk menanggapi sesuatu. Keterampilan batin ini dibentuk melalui pengalaman dan secara langsung memengaruhi perilaku. Faktor-faktor seperti tradisi, kebiasaan, budaya, dan lingkungan sosial memainkan peran penting dalam membentuk sikap seseorang.
- 2) Pengalaman dan pengamatan  
Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan social dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, dengan belajar individu akan memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman social akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.
- 3) Kepribadian  
Kepribadian merupakan konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.
- 4) Konsep diri  
Konsep diri ini bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri ini memang 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 kebutuhan untuk merasa aman dan keutuhan 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 yakni proses dimana individu memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

Sedangkan Adapun faktor eksternal yakni:

1) Kelompok referensi

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 menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadakan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

2) Keluarga

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

3) Kelas social

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relative homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota tiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Terdapat dua unsur pokok dalam system sosial pembagian kelas dalam Masyarakat, yakni kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan

pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Sedangkan peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan dalam kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota Masyarakat.

### **2.7.2 Kategori Gaya Hidup**

Dalam penelitiannya Simamora (2016) menuliskan bahwa Gaya hidup dikategorikan menjadi 2 bagian, yaitu gaya hidup normative dan gaya hidup pribadi.

- 1) Gaya hidup normative merupakan gambaran harapan-harapan kultural yang yang dibebankan kepada individu-individu oleh Masyarakat dan merujuk pada system ekonomi dan konsumsi sebuah Masyarakat.
- 2) Gaya hidup pribadi merupakan keyakinan individu tentang aktivitas konsumsi individu dalam Masyarakat kultur dan subkultur mereka.

### **2.7.3 Jenis-Jenis Gaya Hidup**

Dalam Rizky (2018) menuliskan jenis-jenis gaya hidup menurut Mowen dan Minor, terdapat Sembilan jenis gaya hidup, yakni:

- 1) Functionalist yaitu menghabiskan uang untuk hal-hal yang penting. Pendidikan rata-rata, pendapatan rata-rata, kebanyakan pekerja kasar (buruh). Berusia kurang dari 55 tahun dan telah menikah serta memiliki anak.
- 2) Nurtures yaitu anak muda dan berpendapatan rendah. Mereka berfokus pada membesarkan anak, baru membangun rumah tangga dan nilai-nilai keluarga. Pendidikan diatas rata-rata.
- 3) Aspirers yaitu berfokus pada menikmati gaya hidup tinggi dengan membelanjakan sejumlah uang diatas rata-rata untuk barang-barang

berstatus, khususnya tempat tinggal. Pendidikan tinggi, pekerja kantor, menikah tanpa anak.

- 4) *Experientials* yaitu membelanjakan jumlah diatas rata-rata terhadap barang-barang hiburan, hobi, dan kesenangan (*convenience*). Pendidikan rata-rata, tetapi pendapatannya diatas rata-rata karena mereka adalah pekerja kantor.
- 5) *Succeeders* yaitu rumah tangga yang mapan. Berusia setengah baya dan berpendidikan tinggi. Pendapatan tertinggi dari kesembilan kelompok. Menghabiskan banyak waktu pada Pendidikan dan kemajuan diri. Menghabiskan uang diatas rata-rata untuk hal yang berhubungan dengan pekerjaan.
- 6) *Moral majority* yaitu pengeluaran yang besar untuk organisasi Pendidikan, masalah politik dan gejera. Berada pada tahap *emptynest*. Pendapatan tertinggi kedua. Pencari nafkah Tunggal
- 7) *The golden years* yaitu kebanyakan adalah para pensiunan, tetapi pendapatannya tertinggi ketiga. Melakukan pembelian tempat tinggal kedua. Melakukan pengeluaran yang besar pada produk-produk padat modal dan hiburan.
- 8) *Sustainers* yaitu kelompok orang dewasa dan tertua. Sudah pensiun. Tingkat pendapatan terbesar dibelanjakan untuk kebutuhan sehari-hari dan alcohol. Pendidikan rendah, pendapatan terendah kedua.
- 9) *Subsisters* yaitu Tingkat sosial ekonomi rendah. Presentase kehidupan pada kesejahteraan diatas rata-rata. Kebanyakan merupakan keluarga-keluarga dengan pencari nafkah dan orang tua tunggal jumlahnya diatas rata-rata kelompok minoritas.

## **2.8 Remaja**

Menurut Rahmah Hastuti (2021) Remaja merujuk pada fase dalam hidup seseorang yang berada diantara anak-anak dan dewasa. Ini merupakan waktu dimana terjadi perubahan besar dalam aspek fisik, mental dan sosial. Kajian mengenai remaja telah banyak dilakukan oleh peneliti, salah satunya yang

dilakukan oleh Wakhidatul Khasanah, dkk (2019). Pada penelitian difokuskan pada peranan remaja masjid Ar-Rahman dalam membentuk karakter remaja yang religious. Remaja masjid Ar-Rahman memainkan peran krusial dalam membentuk karakter agama pada remaja. Melalui partisipasi dalam aktivitas keagamaan, mereka mendukung pembentukan karakter agama, peningkatan praktik ibadah, peningkatan kesadaran agama serta pengembangan sikap tanggung jawab dan toleransi terhadap Masyarakat.

Remaja adalah tahapan dalam kehidupan seorang individu yang berumur belasan tahun. Orang remaja sudah tidak lagi dianggap sebagai anak-anak, namun masih belum cukup matang untuk dianggap dewasa. Selama masa ini, mereka sedang mencari pola hidup yang paling sesuai dengan dirinya, yang sering kali dilakukan dengan metode mencoba dan menerima kesalahan. Oleh karena itu, remaja tidak dapat dianggap sebagai dewasa tetapi juga tidak lagi dianggap anak-anak. Menurut Monks (2002) remaja merupakan masa peralihan antara masa anak dan masa dewasa.

Menurut Santrock, Remaja (adolescence) diartikan sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial emosional. Rentang waktu usia remaja biasanya dibedakan menjadi tiga yaitu, usia 12-15 tahun termasuk kedalam remaja awal, usia 15-18 tahun masuk kedalam masa remaja pertengahan, dan usia 18-21 tahun termasuk dalam masa remaja akhir. Periode remaja dimulai ketika individu mengalami transformasi signifikan dalam aspek emosional, fisik, minat, dan perilaku serta dihadapkan pada berbagai tantangan dan masalah.

Menurut Ajhuri (2019, hlm. 123-124) secara umum masa remaja dibagi menjadi tiga bagian, yakni sebagai berikut

- 1) Masa remaja awal (12-15 tahun) Pada masa ini individu mulai meninggalkan peran sebagai anak-anak dan berusaha mengembangkan diri sebagai individu yang unik dan tidak tergantung pada orang tua. Fokus dari tahap ini adalah



penerimaan terhadap bentuk dan kondisi fisik serta adanya konformitas yang kuat dengan teman sebaya.

- 2) Masa remaja pertengahan (15-18 tahun) Masa ini ditandai dengan berkembangnya kemampuan berpikir yang baru. Teman sebaya masih memiliki peran yang penting, namun individu sudah lebih mampu mengarahkan diri sendiri (selfdirected). Pada masa ini remaja mulai mengembangkan kematangan tingkah laku, belajar mengendalikan impulsivitas, dan membuat keputusan-keputusan awal yang berkaitan dengan tujuan vokasional yang ingin dicapai. Selain itu penerimaan dari lawan jenis menjadi penting bagi individu.
- 3) Masa remaja akhir (19-22 tahun) Masa ini ditandai oleh persiapan akhir untuk memasuki peran-peran orang dewasa. Selama periode ini remaja berusaha memantapkan tujuan vokasional dan mengembangkan sense of personal identity. Keinginan yang kuat untuk menjadi matang dan diterima dalam kelompok teman sebaya dan orang dewasa, juga menjadi ciri dari tahap ini.

## **2.9 Penelitian Terdahulu**

Hasil penelitian terdahulu yang sesuai dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Shazrin Daniyah Khansa dan Kinkin Yuliaty Subarsa Putri (2022), Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja. Penelitian ini membahas bagaimana media dapat mempengaruhi gaya hidup remaja. Sosial media Tiktok yang menjadi objek penelitian menjadi fokus utama. Penelitian ini menggunakan paradigma positivism dengan pendekatan kualitatif. Metode yang digunakan yakni metode survei. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti yakni sama-sama meneliti pengaruh media terhadap gaya hidup remaja. Perbedaannya terletak pada kajian yang diteliti. Penelitian yang akan diteliti lebih spesifik meneliti pengaruh budaya K-pop melalui Youtube terhadap gaya hidup remaja.