

**VIDEOGRAM SEBAGAI MEDIA *LIFE STYLE*
HEDONISME
PADA MASYARAKAT GLUGUR DARAT II MEDAN**

SKRIPSI

Oleh:

**NOVIA RAHMAH
NPM 1503110024**

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Hubungan Masyarakat



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

2019

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

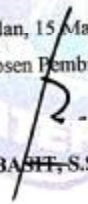
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:


Nama Lengkap : **NOVIA RAHMAH**
N.P.M : 1503110024
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **VIDEOGRAM SEBAGAI MEDIA LIFE STYLE HEDONISME PADA MASYARAKAT KELURAHAN GLUGUR DARAT II MEDAN**

Medan, 15 Maret 2019

Dosen Pembimbing


LUTFI BASRI, S.Sos, M.I.Kom

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi


NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom


Dekan,
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

UIN SU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : NOVIA RAIHMAH
N P M : 1503110024
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Rabu, 13 Maret 2019
W a k t u : Pukul 09.00 WIB s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : RAHMANITA GINTING, HJ, Ph.D

PENGUJI II : TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI III : LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom

PANITIA PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Novia Rahmah, NPM 1503110024, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 15 Maret 2019

Yang menyatakan,



Novia Rahmah

KATA PENGANTAR



Bismillahirohmanirrohim

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmad dan Karunia Nya, serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini pada tepat waktu untuk menuju jenjang Sastra Satu (S1) dengan judul skripsi “ Videogram Sebagai Media Lifestyle Hedonisme Pada Masyarakat Glugur Darat II Medan”. Skripsi ini diajukan penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada jenjang Sastra Satu (S-1) pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) yang dapat terealisasikan dengan baik dan tepat waktu. Shalawat beriring salam juga tidak lupa penulis persembahkan kepada Nabi Muhammad SAW dimana atas perjuangan Beliau-lah yang telah mengantarkan umatnya dari alam kebodohan dan kebatilan pada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan serta kebaikan.

Dasar hati penulis ingin mengucapkan syukur yang sedalam – dalamnya kepada Allah SWT karena tanpa rahmat dan ridho-Nya penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini, mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua saya, ayahanda Fasrizal dan Ibunda Usmitha Ningsih Siregar yang sudah membesarkan saya dengan kasih sayang, mendidik dan membimbing saya sampai kepada saat yang sekarang ini, serta selalu mendoakan penulis sehingga dapat

menyelesaikan studi sampai dengan saat ini. Untuk itu penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi tingginya dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Agusani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Dr. Arifin Saleh, MSP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Drs. Zulfahmi, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Abrar Adhani S.Sos, M.Ikom selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.Ikom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Akhyar Anshori, S. Sos M.Ikom selaku Sekretaris Program Studi Komunikasi Fakultas Ilmu dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Luthfi Basit., S.Sos., M.I.Kom selaku Pembimbing yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Biro Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah

Sumatera Utara yang telah mendidik penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.

9. Kedua orang tua saya Bapak Fasrizal dan Ibu Usmitha Ningsih yang tidak pernah lelah dalam mendidik saya dan kakak–kakak saya Fanny Paramitha, Elsyia Marina dan Niza Gustiani yang telah membantu dan memberikan dukungan selama ini.
10. Terima kasih untuk masyarakat Kelurahan Glugur Darat II Medan yang telah bersedia menjadi narasumber sehingga penelitian ini bisa diselesaikan dengan baik.
11. Buat seluruh teman-teman kelas Ilmu Komunikasi kelas malam (A-IKO Malam) untuk semua perjuangan yang telah kita lalui selama perkuliahan berjalan.
12. Buat sahabatku Ivanda Maulidiyah, Nurul Ariska Dalimunthe, dan Aisyah Abdul Hakim Al-Bayya yang sudah selalu mendukung dan menemani selama perkuliahan berjalan.
13. Dan kepada Bayu Arsad sebagai pasangan yang selalu membantu, mendukung dan menemani saya selama saya menjalankan perkuliahan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan terdapat kekurangan baik dalam penyampaian, bahasa, kata maupun dalam hal penyajian. Untuk itu, penulis dengan berbesar hati dan dengan tangan terbuka menerima saran-saran maupun kritik sehat yang bersifat membangundari para pembaca guna perbaikan dan penyempurnaan karya tulis ini. Dengan bantuan dan dukungan yang telah penulis dapatkan, akhirnya dengan menyerahkan diri dan

memohon petunjuk dan perlindungan kepada Allah SWT semoga amalan dan perbuatan baik tersebut mendapat imbalan yang baik pula. Aamiin Ya Rabbal'alamin.

Medan, 15 Maret 2019

Novia Rahmah

1503110024

VIDEOGRAM SEBAGAI MEDIA *LIFE STYLE HEDONISME* PADA MASYARAKAT GLUGUR DARAT II MEDAN

Novia Rahmah

1503110024

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pada penggunaan Videogram Sebagai Media *Lifestyle Hedonisme* Pada Masyarakat Glugur Darat II Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah benar bahwa penggunaan sosial media khususnya videogram yang ada di salah satu sosial media yaitu instagram atau yang disebut dengan *snagram* sekarang banyak digunakan pada orang jaman sekarang dan khususnya pada anak remaja sebagai media untuk membagikan gaya hidup mereka?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana remaja di Kelurahan Glugur Darat II Medan menggunakan videogramnya sebagai bentuk menunjukkan gaya hidup, kemudian isi videogram seperti apa yang selalu mereka bagikan pada videogram tersebut, dan sesering apakah mereka membagikan kesenangan gaya hidupnya melalui videogramnya masing-masing. Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode penelitian deskriptif. Jumlah informan yang diteliti oleh peneliti adalah sebanyak 5 orang, yaitu anak remaja yang bertempat tinggal di Kelurahan Glugur Darat II Medan Timur. Dari hasil penelitian ini, peneliti menyimpulkan bahwa penggunaan instagram pada jaman sekarang tidak hanya untuk membagikan foto akan tetapi lebih banyak digunakan untuk membagikan videogram pada sehari-harinya sebagai media *lifestyle hedonism* yang dimana mereka akan selalu membagikan kegiatan sehari-hari mereka seperti ketika sedang berbelanja, liburan, wisata kuliner dan gaya berpakaian. Adapun pengumpulan data berupa data premier yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi.

Kata kunci : Videogram Sebagai Media *Lifestyle Hedonisme*.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
 BAB II URAIAN TEORITIS	
2.1 Pengertian Komunikasi Budaya	9
2.2 Pengertian Media Massa	9
2.3 Pengertian Media Baru	14
2.4 Pengertian Internet	16
2.5 Pengertian Twitter	17
2.6 Pengertian Facebook	19
2.7 Pengertian Instagram	20
1. Hedonisme	21

2. Gaya Hidup	26
3. Bentuk Perubahan Sosial	29
4. Pergeseran Media Massa Ke Media Baru	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Kerangka Konsep	31
3.3 Definisi Konsep	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5 Teknik Analisa Data	34

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	37
1. Proses Pengumpulan Data	38
2. Penyajian Data	39
4.2 Pembahasan	57

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	59
5.2 Saran	59

DAFTAR PUSTAKA	61
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	63
-----------------------	-----------

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi atau dalam bahasa Inggris disebut *Communication* berasal dari bahasa Latin *communication*, dan bersumber dari kata *communis* yang artinya “membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih”. Dalam *pengertian* secara khusus mengenai komunikasi itu sendiri menurut Hovland Komunikasi adalah “proses mengubah perilaku orang lain”. Sedangkan menurut Judy C pearson & Paul E melson: Komunikasi adalah Proses memahami dan berbagi makna. Dan menurut Harorl D. Lasswell: Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yg menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa? Dengan akibat apa atau hasil apa.

Seiring berjalannya waktu dengan perkembangannya teknologi yang semakin canggih, maka banyak orang yang sudah beralih dari penggunaan komunikasi konvensional ke komunikasi media baru seperti media sosial. Atau yang disebut dengan komunikasi new media. Dimana di media baru ini semua berita dapat di akses melalui internet. Ketika surat kabar hanya bisa menyampaikan berita hanya bisa di baca melalui lembaran kertas dan berisikan tulisan dan gambar, televisi menyampaikan berita melalui audio dan visual yang dapat dilihat dan didengar, kini pada new media berita dapat di akses melalui internet dan dapat di akses dimanapun.

Hingga munculnya beberapa media sosial yang dapat digunakan oleh semua orang dan semua kalangan seperti Facebook, Line, WhatsApp, Instagram, Blog dll kini semua orang mengakses berita dan kabar dari mana saja dan kapan saja sudah

sangat mudah hanya dengan menggunakan media sosial yang dapat di akses di smartphone masing-masing.

Pada tahun 2017 mulai maraknya para kaula muda menggunakan salah satu sosial media yaitu Instagram. Karena pada instagram ini kita dapat mengunggah foto dan video secara instan. Dimana media sosial ini banyak hampir 70% digunakan kaula muda untuk media yang menunjukkan gaya hidup mereka sehari-hari. Seperti apa saja yang mereka lakukan, dimana, dengan siapa dan kapan. Mulai dari mengenai kegiatan sekolah, kerja, asmara, dan masalah kesenangan dan kesedihan. Bahkan ada yang menggunkannya untuk berjualan (*online shop*). Dan juga banyak anak remaja yang selalu memamerkan kehidupan sehari-harinya di instagram ini, mulai dari ketika sedang berbelanja, wisata kuliner ataupun sedang berliburan.

Komunikasi konvensional ialah suatu komunikasi yang terjalin dari interaksi 2 orang atau lebih yang mengakibatkan pertukaran pendapat atau pemberitahuan suatu informasi yang akan disampaikan kepada orang lain sehingga mereka mengetahui informasi tersebut dan membuat orang tahu / mengerti mengenai pemberitahuan tersebut.

Adanya beberapa syarat yang terjadi pada komunikasi konvensional ini ialah seperti, adanya informasi yang akan dibicarakan, ada alat untuk menyampaikan informasi, ada yang berbicara & ada yang mendengar, dan informasi harus jelas. Dan alat pendukung & contohnya ialah :

- a. Surat kabar, membagikan informasi melalui media cetak atau surat kabar.

- b. Kentongan, orang yang memukul bedug sebagai alat pertanda sholat dan apabila berkali-kali ialah pertanda bahaya.
- c. Telepon kabel, orang yang berbincang-bincang melalui telepon kabel
- d. Undangan, orang yang memberikan informasi mengenai undangan pernikahan, ulang tahun dll.

Dengan adanya berkembang teknologi, kini komunikasi sudah banyak digunakan dengan media baru. Komunikasi media baru ini ialah komunikasi yang baru muncul dan baru berkembang. Istilah media baru "*digital devices*", yaitu alat komunikasi elektronik yang hanya butuh sentuhan jari. Beberapa dari cirri utama media baru, yaitu :

- a. Adanya saling keterhubungan (interkonektivitas)
- b. Aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan
- c. Kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka
- d. Sifatnya yang ada dimana-mana.

Kita bisa menginventarisasi yang termasuk media baru ialah segala perangkat yang berkaitan dengan teknologi internet, yaitu Alat Komunikasi Jarak Jauh dan Media Online. Jenis media baru sekaligus media online yang paling populer saat ini ialah media sosial, antar lain :

- a) Blog
- b) Facebook
- c) Twitter,
- d) Instagram

e) Google Plus

f) Path

Dari sekian banyak macam-macam media sosial tersebut, masing-masing media memiliki manfaat dan kegunaan yang hampir sama. Contohnya seperti sama-sama digunakan untuk membagikan cerita melalui status, video, foto dan berita lainnya kepada publik seluruh dunia, dan akan di baca oleh teman yang sudah kita ikuti. Sedangkan media yang sangat populer dan sedang marak pada saat ini khususnya di kalangan anak remaja ialah media sosial instagram untuk membagikan cerita baik itu kesenangan, kesedihan, percintaan, pekerjaan, bahkan gaya hidup hedon atau *lifestyle hedonisme*.

Nama instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram. Dimana dengan instgram ini tersedia banyak fitur pilihan yang banyak seperti untuk upload foto dan video secara instant. Tidak hanya itu, ada juga fitur *like*, halaman populer, *following & followers*, mencari teman, *hastag*, dan *places*. Pada pertengahan 2016 lalu Instagram meluncurkan fitur barunya, yaitu *Instagram*

Stories atau yang disebut dengan julukan *videogram* / *snapgram*. Maraknya penggunaan instagram selain untuk upload foto, kini para pengguna instagram sangat meramaikan dengan menggunakan *videogram* khususnya pada para kawla muda yaitu untuk membagikan cerita mereka baik itu mengenai kemewahan gaya hidup atau *lifestyle hedonisme*.

a. Hedonisme

Kata *hedonisme* diambil dari Bahasa Yunani □ δονισμός *ēdonismos* dari akar kata □ δονή *ēdonē*, artinya "kesenangan". Paham ini berusaha menjelaskan adalah baik apa yang memuaskan keinginan manusia dan apa yang meningkatkan kuantitas kesenangan itu sendiri.

Ada 2 faktor yang terjadi pada hedonism yaitu :

- Ø Faktor internal, yang datang dari dalam diri sendiri merupakan penyebab hedonisme yang paling utama. Sudah jadi sifat dasar manusia ingin memiliki kesenangan sebanyaknya dengan bekerja seringan mungkin. Dan manusia juga memiliki sifat dasar tidak pernah puas dengan hal yang sudah dimiliki.
- Ø Faktor eksternal, penyebab hedonisme dari luar yang paling utama adalah arus informas dari luar yang sangat besar atau globalisasi. Kebiasaan-kebiasaan dan paham orang dari luar negeri yang dianggap bisa membuat senang kemudian diadaptasi oleh masyarakat Indonesia.

b. Gaya Hidup (*lifestyle*)

Gaya hidup (*lifestyle*) menurut Kotler (2002 : 192) adalah pola hidup seseorang di dunia yang iekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Menurut Assael (1984 : 252), gaya hidup adalah “A mode of living that is identified by how people spend their time (activities), what they consider important in their environment (interest), and what they think of themselves and the world around them (opinions)”. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini). Sedangkan menurut Minor dan Mowen (2002 : 282), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu. Selain itu, gaya hidup menurut Suratno dan Rismiyati (2001 : 174) adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapat yang bersangkutan. Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan.

Dari berbagai di atas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat dan pendapatnya dalam membelanjakan uangnya dan bagaimana mengalokasikan waktu. Faktor-faktor utama pembentuk gaya hidup dapat dibagi menjadi dua yaitu secara demografis

dan psikografis. Faktor demografis misalnya berdasarkan tingkat pendidikan, usia, tingkat penghasilan dan jenis kelamin, sedangkan faktor psikografis lebih kompleks karena indikator penyusunnya dari karakteristik konsumen.

1.2. Rumusan Masalah

Agar penelitian ini fokus maka perlu dibuat rumusan masalah, dimana masalah pada penelitian ini adalah **“Bagaimana para remaja menggunakan videogram sebagai media *lifestyle hedonisme*”**.

1.3. Tujuan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan penggunaan videogram sebagai media *lifestyle hedonisme* pada masyarakat kelurahan Glugur Darat II.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah, antara lain :

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam memperkaya pengetahuan melalui teori yang digunakan pada penelitian serta bermanfaat dibidang Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan teknologi komunikasi.

2. Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan pengetahuan pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UMSU, dan menjadi referensi bagi pihak yang berkepentingan untuk memperluas wawasan melalui kajian di dalamnya khususnya pada FISIP UMSU.

3. Secara Praktis

Penelitian ini untuk menerapkan ilmu yang diterima peneliti selama menjadi mahasiswa Ilmu Komunikasi (IKO), sekaligus memberikan masukan kepada siapa saja yang ingin mengetahui tentang teknologi komunikasi.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi Budaya

Kehidupan sosial lebih dari sekedar kekuasaan dan perdagangan...termasuk juga di dalamnya berbagi pengalaman estetika, ide agama, nilai pribadi, dan perasaan serta pendapat intelektual-sebuah tatanan ritual” (Carey, 1988:34). Oleh karena itu ia mendefinisikan komunikasi sebagai ‘sebagai sebuah proses simbolik dimana realitas diproduksi, dipelihara, diperbaiki, dan diubah’ (1988:23). Budaya yang didefinisikan oleh Carey sebagai *proses*, tetapi dapat juga merujuk pada *atribut* bersama sekelompok manusia (seperti lingkungan fisik,alat,agama,kebiasaan dan praktik atau cara hidup).

2.2. Media Massa

Media sosial ini sendiri memiliki beberapa karakteristik seperti, kualitas pesan yang bervariasi, akses yang mudah di dapat, tidak permanen sehingga dapat di sunting. Selain itu media sosial juga memiliki fungsi yang dapat kita ketahui melalui kerangka kerja honeycomb. Pada tahun 2011, **Jan H. Kietzmann, Kritopher Hermkens, Ian P. McCarthy** dan **Bruno S. Silvestre** menggambarkan hubungan kerangka kerja honeycomb sebagai penyajian sebuah kerangka kerja yang mendefinisikan media sosial dengan menggunakan tujuh kotak bangunan fungsi yaitu :

- a) *Identity*, yang menggambarkan identitas para pengguna media sosial yang menyangkut berupa nama, jenis kelamin, usia, profesi, lokasi dan foto.

- b) *Conversation*, menggambarkan pengaturan para pengguna berkomunikasi dengan pengguna lainnya dalam media sosial.
- c) *Sharing*, dimana kita dapat menggambarkan pertukaran, pembagian, serta penerimaan konten berupa teks, gambar, atau video yang dilakukan oleh para pengguna.
- d) *Presence*, menggambarkan apakah para pengguna dapat mengakses *pengguna lainnya*.
- e) *Relationship*, menggambarkan para pengguna terhubung atau terkait dengan pengguna lainnya.
- f) *Reputation*, menggambarkan para pengguna dapat mengidentifikasi orang lain serta dirinya sendiri
- g) *Groups*, menggambarkan para pengguna dapat membentuk komunitas dan sub-komunitas yang memiliki latar belakang, minat, atau demografi.

Media massa (*mass media*) singkatan dari media komunikasi massa dan merupakan *channel of mass* yaitu saluran, alat atau sarana yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa. Media massa adalah suatu istilah yang mulai dipergunakan pada tahun 1920-an untuk mengistilahkan jenis media yang secara khusus didesain untuk mencapai masyarakat yang sangat luas. Dalam pembicaraan sehari-hari, istilah ini sering disingkat menjadi media. Media adalah bentuk jamak dari medium yang berarti tengah atau perantara. Massa berasal dari bahasa Inggris yaitu “*mass*” yang berarti kelompok atau kumpulan. Berarti, pengertian media massa adalah perantara atau alat-alat yang digunakan oleh massa dalam hubungannya satu sama lain (Soehadi,1978:38).

Media massa merupakan sumber kekuatan atau alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya (McQuail,1996:38). Sedangkan menurut Burhan Bungin (2006:72), media massa adalah media komunikasi dan informasi yang melakukan penyebaran informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara massal pula. Informasi massa adalah informasi yang diperuntukkan kepada masyarakat secara massal, bukan informasi yang hanya boleh dikonsumsi oleh pribadi. Dengan demikian, maka informasi massa adalah milik publik bukan ditujukan kepada individu masing-masing.

Pengaruh media massa terhadap masyarakat telah menumbuhkan pembaharuan-pembaharuan yang cepat dalam masyarakat. Pembaharuan yang berwujud perubahan ada yang ke arah negatif dan ada yang ke arah positif. Pengaruh media tersebut berkaitan dengan aspek-aspek lain seperti sifat komunikator, isi/informasi dari media itu sendiri, serta tanggapan dari masyarakat. Sadar atau tidak sadar masyarakat sering dipengaruhi oleh media massa, misalnya media membujuk untuk menggunakan suatu produk tertentu, membujuk untuk mendukung ideologi politik tertentu , ataupun secara tidak langsung membujuk masyarakat untuk mempelajari dan mengikuti suatu nilai-nilai, norma-norma atau kebiasaan-kebiasaan diluar kebudayaan kita.

Melvin De Fleur menyatakan bahwa masalah yang penting dalam komunikasi adalah bagaimana mengukur pengaruh komunikasi terhadap kehidupan masyarakat. Sehubungan dengan hal tersebut ada beberapa teori

kontemporer yang berkaitan dengan pengaruh komunikasi massa yang digolongkan dalam empat bagian, yaitu:

1. Teori Perbedaan Individu (*Individual Differences Theory*)

Nama teori yang diketengahkan oleh Melvin D. Defleur ini lengkapnya adalah “*Individual Differences Theory of Mass Communication Effect*”. Teori ini menelaah perbedaan-perbedaan di antara individu-individu sebagai sasaran media massa ketika mereka diterpa sehingga menimbulkan efek tertentu. Menurut teori ini, terdapat kecenderungan baru dalam pembentukan watak seseorang melalui proses belajar. Adanya perbedaan pola pikir dan motivasi didasarkan pada pengalaman belajar. Perbedaan individu disebabkan karena perbedaan lingkungan yang menghasilkan perbedaan pandangan dalam menghadapi sesuatu. Lingkungan akan mempengaruhi sikap, nilai-nilai serta kepercayaan yang mendasari kepribadian mereka dalam menanggapi informasi yang akan datang.

Individu-individu sebagai anggota khalayak sasaran media massa secara selektif menaruh perhatian kepada pesan-pesan terutama jika berkaitan dengan kepentingannya, konsisten dengan sikapnya, sesuai dengan kepercayaannya yang didukung oleh nilai-nilainya. Tanggapannya pada pesan-pesan tersebut diubah oleh tatanan psikologisnya sehingga efek media massa pada khalayak massa itu berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaannya.

2. Teori Penggolongan Sosial (*Social Categories Theory*)

Melvin D. Defleur selaku pakar yang menampilkan teori ini mengatakan bahwa teori penggolongan sosial menyatakan adanya perkumpulan-perkumpulan, kebersamaan-kebersamaan atau kategori-kategori sosial pada masyarakat urban-

industrial yang perilakunya ketika diterpa perangsang-perangsang tertentu hampir seragam. Teori penggolongan sosial lebih didasarkan pada tingkat penghasilan, pendidikan, tempat tinggal, usia, seks, juga agama. Dalam teori ini dikatakan bahwa masyarakat yang memiliki sifat-sifat tertentu yang cenderung sama akan membentuk sikap-sikap yang sama dalam menghadapi stimuli tertentu. Persamaan ini berpengaruh terhadap tanggapan mereka dalam menerima pesan yang disampaikan media massa.

Asumsi dasar dari teori penggolongan sosial ini adalah teori sosiologis yang menyatakan bahwa meskipun masyarakat modern sifatnya heterogen, penduduk yang memiliki sejumlah ciri yang sama akan mempunyai pola hidup yang sama. Persamaan gaya, orientasi dan perilaku akan berkaitan dengan suatu gejala seperti pada media massa dalam perilaku yang seragam. Anggota-anggota dari suatu kategori tertentu akan memilih pesan komunikasi yang kira-kira sama dan menanggapi dengan cara yang hampir sama pula.

3. Teori Hubungan Sosial (*Social Relationships Theory*)

Teori yang diketengahkan juga oleh Melvin L. Defelur ini menunjukkan bahwa hubungan sosial secara informal berperan penting dalam mengubah perilaku seseorang ketika diterpa pesan komunikasi massa. Suatu penelitian menemukan adanya semacam kegiatan informasi melalui dua tahapan dasar. Pertama, informasi bergerak dari media kepada orang-orang yang secara relatif banyak pengetahuannya (*well informed*). Kedua, informasi bergerak dari orang-orang itu melalui saluran antarpribadi (*interpersonal channels*) kepada mereka

yang kurang diterpa media dan banyak bergantung pada orang lain mengenai suatu informasi.

Menurut teori ini kebanyakan masyarakat menerima pesan yang disampaikan media banyak diperoleh melalui hubungan atau kontak dengan orang lain daripada menerima langsung dari media massa. Dalam hal ini hubungan antarpribadi mempunyai pengaruh yang kuat terhadap penyampaian informasi oleh media.

4. Teori Norma Budaya (*Cultural Norms Theory*)

Teori norma budaya menurut Melvin Defleur pada hakikatnya adalah bahwa media massa melalui penyajiannya yang selektif dan penekanannya pada tema-tema tertentu menciptakan kesan-kesan pada khalayak dimana norma-norma budaya umum mengenai topik yang diberi dibentuk dengan cara-cara tertentu. Oleh karena itu, perilaku individual biasanya dipandu oleh norma-norma budaya mengenai suatu hal tertentu, maka media komunikasi secara tidak langsung akan mempengaruhi perilaku. Teori ini media tidak hanya berpengaruh langsung terhadap individu-individu melainkan juga mempengaruhi kebudayaan, norma-norma, dan nilai-nilai suatu masyarakat. Semuanya ini membentuk citra, ide-ide, evaluasi dimana audiens menentukan tingkah lakunya sendiri (McQuail dan Windahl, 1984:68).

2.3. Media Baru

Media baru adalah media yang terbentuk dari interaksi antara manusia dengan komputer dan internet secara khususnya. Termasuk di dalamnya adalah web, blog, online social network, online forum dan lain-lain yang menggunakan

komputer sebagai medianya. Berikut pengertian media baru menurut beberapa para ahli :

- a. Menurut Everett M. Rogers (dalam Abrar, 2003:17-18) merangkumkan perkembangan media komunikasi ke dalam empat era. Pertama, era komunikasi tulisan, Kedua, era komunikasi cetak, Ketiga, era telekomunikasi, dan Keempat, era komunikasi interaktif. Media baru adalah media yang berkembang pada era komunikasi interaktif.
- b. Menurut Ron Rice mendefinisikan media baru adalah media teknologi komunikasi yang melibatkan komputer di dalamnya (baik mainframe, PC maupun Notebook) yang memfasilitasi penggunaanya untuk berinteraksi antar sesama pengguna ataupun dengan informasi yang diinginkan.

Ada berbagai bidang manfaat pada *new media*, yakni :

Bidang Sosial, dalam bidang ini banyak masyarakat yang menyita waktu untk menggunakan berbagai macam jejaring sosial yang sekarang di minati masyarakat seperti facebook, instagram, twitter, skype, yahoo messenger, my space, hello dll. Dengan menggunakan jejaring sosial ini dengan mudah dapat menjalin komunikasi dengan semua user dibelahan dunia manapun.

Bidang Industri/Dagang, bidang ini memudahkan bagi siapa saja yang ingin menawarkan/mempromosikan produk tertentu sehingga tidak susah susah untuk membuka toko dan promosi langsung didepan konsumen maka dengan ini bisa melalui online shop, bisa melalui facebook, instagram, twitter dll..

Bidang Pendidikan, ini sangat memudahkan bagi pelajar maupun pengajar dalam mendapatkan materi yang di inginkan. Bisa melalui search engine kita bisa

mendapatkan segala informasi, atau dengan fasilitas E-book, fasilitas email juga bisa membantu dalam proses mengerjakan tugas atau saling tukar informasi

Bidang Lowongan Kerja, pada bidang ini bagi yang ingin mencari pekerjaan cukup searching di internet lalu mendaftar secara online bahkan bisa mengikuti tes masuk secara online juga, tidak perlu lagi susah payah datang dari kantor ke kantor.

2.4. Internet

Internet sendiri merupakan suatu jaringan yang menghubungkan setiap computer yang ada di dunia dan membentuk suatu komunitas maya yang di kenal sebagai *global village* (desa global). Jika kertas dalam surat kabar dapat disentuh dan diraba oleh indra manusia demikian pula radio dapat didengar telinga dan televise tidak hanya didengar tetapi juga dilihat. Maka internet sebuah jaringan yang membentuk komunitas maya dan tidak ada satu pun manusia yang dapat pergi ke desa global itu. Pengguna computer hanya dapat saling mengirimkan dan menerima pesan antar sesama pengguna, meskipun tidak ada manusia yang pernah sampai ke desa global itu. Namun dunia itu nyata ada karena setiap detik dan menit manusia melakukan aktivitas pertukaran pesan dan data.

Media massa lama bukan lagi satu-satunya sumber daya informasi. Kehadiran internet bagi pengguna merupakan sebuah media baru yang menawarkan keberagaman dan kebebasan akan akses informasi bagi pengguna tanpa harus terikat pembatasan dan sensor. Banyaknya dan beragamnya informasi di internet menjadi sumber daya informasi baru yang menarik khalayak media massa untuk berpindah dari media massa lama ke media baru.

Media baru menyatukan semua yang dimiliki media lama, jika surat kabar hanya dapat dibaca dalam media kertas, radio hanya dapat didengar, televisi hanya menyatukan audio dan visual. Melalui internet semua itu dapat disatukan baik tulisan, suara dan gambar hidup. Pengguna internet kini dapat membaca tulisan lewat *blog*, *website*, dapat mendengar radio melalui radio internet, dapat menonton siaran berita melalui *live streaming* atau mengunduh atau *download* video. Dengan kata lain, semua karakteristik khas masing-masing *Old Media* dapat disatukan dalam dunia *New Media*. Jenis media baru sekaligus media online yang paling populer saat ini ialah media sosial (*social media*) yang juga sering disebut dengan jejaring sosial (*social networking*). Berikut macam-macam media sosial dan pengertiannya :

2.5. Twitter

Twitter adalah "layanan jejaring sosial dan mikroblog daring yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter, yang dikenal dengan sebutan kicauan (tweet)." Twitter didirikan pada bulan Maret 2006 oleh Jack Dorsey, dan situs jejaring sosialnya diluncurkan pada bulan Juli. Sejak diluncurkan, Twitter telah menjadi salah satu dari sepuluh situs yang paling sering dikunjungi di Internet, dan dijuluki dengan "pesan singkat dari Internet."

Pada bulan Januari 2013, terdapat lebih dari 500 juta pengguna terdaftar di Twitter, 200 juta di antaranya adalah pengguna aktif. Lonjakan penggunaan Twitter umumnya berlangsung saat terjadinya peristiwa-peristiwa populer.

Twitter memiliki bahasa sendiri, berikut ini adalah beberapa istilah dalam Twitter yang perlu di ketahui :

- i. *DM (Direct Message)*, adalah pesan pribadi antara kedua pengguna/pemilik akun Twitter. Penerima pesan haruslah mengikuti (*follow*) pengirim pesan. Pesan yang dikirimkan terbatas oleh 140 karakter pesan.
- ii. *Follow*, ialah mengikuti pengguna Twitter lainnya. Pengguna akun Twitter yang mengikuti akan melihat semua tweet terbaru dari pengguna akun Twitter yang diikutinya pada timelinenya. Anda bisa mengikuti siapa saja, simbol seperti “Gembok” disamping nama orang yang akan Anda follow artinya orang tersebut tidak sembarang menerima Follower karena alasan tertentu (misal: takut di follow spammer atau menghindari follower yang memakai gambar profil kurang sopan).
- iii. *Following*, ialah memilih untuk melihat Tweet orang lain pada timeline kita. Pilih dan ikutilah akun orang-orang, atau perusahaan yang benar-benar perlu.
- iv. *RT/Retweet*, sama dengan kita melanjutkan (*forward*) tweet yang kita terima di timeline kita kepada teman-teman di akun Twitter. Ketika anda atau orang lain menemukan sesuatu yang menarik anda dapat men-retweet untuk kemudian tampil di timeline orang-orang yang juga mengikuti.
- v. *Search*, adalah kolom untuk mencari sesuatu yang anda butuhkan di dunia Twitter, karena kebanyakan tweet adalah bersifat untuk umum atau untuk publik, maka dapat mencari tweet apapun melalui search ini.
- vi. *Timeline*, ialah daftar kronologi dari tweet anda, orang yang anda ikuti.

- vii. *Trending Topics*, adalah tweet yang sedang tren yang ada di Twitter berbasis web.
- viii. *Tweet*, ialah artikel atau tulisan atau postingan yang mana di dalam dunia Twitter disebut apa yang kita tulis (post) di Twitter, itu yang dinamakan Tweet.
- ix. *Unfollow*, maksudnya dengan meng-unfollow, anda tidak akan menerima tweet terbaru lagi di timeline anda dari pengguna Twitter yang sebelumnya ada ikuti.
- x. *Hashtag*, pengertian Hashtag simbol # di Twitter gunanya agar pengguna lain yang melihat bisa mencari topik sejenis yang ditulis orang lain dengan mudah “ @ “ , fungsinya bisa untuk me-reply tweet teman, membuat link kepada nama yang dimaksud.

Sebagian besar pengguna twitter adalah mahasiswa. Twitter sangat mudah diterima oleh kalangan ini mahasiswa. Kehadiran twitter untuk berkomunikasi (*mention*), menulis status, atau hal lainnya. Kebanyakan para mahasiswa menjadikan twitter sebagai tempat ajang curhat. Mereka mencurahkan isi hati dalam twitter dalam bentuk sindiran atau lainnya. Twitter sebagai media sosial biasa digunakan para mahasiswa untuk mengunggah foto, melihat informasi, mendapatkan *link web* yang dibutuhkan atau sebagai media komunikasi untuk saling mention ke sesama teman pengguna twitter.

2.6. Facebook

Facebook adalah sebuah web jejaring sosial yang didirikan oleh mark zuckerberg dan diluncurkan pada 4 Februari 2004 yang memungkinkan para

pengguna dapat menambahkan profil dengan foto, kontak, ataupun informasi personil lainnya dan dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya. Kita juga dapat membuat *caption* melalui status di profil kita, mencari teman dll. Facebook didirikan oleh Mark Zuckerberg, seorang mahasiswa Harvard kelahiran 14 Mei 1984 dan mantan murid Ardsley High School. Di akun facebook ini kita juga bisa membuat status, ngobrol dengan teman dan membuat album foto di profil kita. Pada awalnya pengguna facebook ialah kalangan remaja, tetapi kini pengguna remaja sudah menurun dan di gantikan oleh para orang tua mereka. Dimana para remaja sudah beralih ke media sosial instagram. Karena di instagram kita juga dapat mengunggah foto secara instant.

2.7 Instagram

Nama instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah Instagram berasal dari instan-telegram. Tidak hanya foto, pada aplikasi ini kita juga dapat mengupload jenis video yang di sebut dengan *videogram* ataupun *snapgram*. Dimana pada video para kaula muda

juga tidak segan-segan lagi untuk membagikan kisah bahagia, sedih dan lainnya di akun mereka. Dan saat ini sangat marak orang-orang yang berlomba-lomba memamerkan kesenangannya melalui videogram pada media sosial instagram ini. Pada umumnya mereka yang ingin memperlihatkan lifestyle untuk terlihat mewah atau hedon pada para nitizen.

a. Hedonisme

Beberapa pengertian hedonism menurut para ahli : **Collins Gem (1993:97)** Menurut Collins Gem pengertian hedonisme adalah sebuah doktrin yang menyatakan bahwa kesenangan adalah hal yang paling penting dalam hidup. Dengan kata lain, hedonisme adalah paham yang dianut oleh orang-orang yang mencari kesenangan hidup semata-mata.

Sarwono (1989:14) Menurut Sarwono, pengertian hedonisme adalah konsep diri (baca: **Pengertian Konsep Diri**), dimana gaya hidup seseorang dijalani sesuai dengan gambaran yang ada dipikirkannya. Contoh, seorang olahragawan, biasanya gaya hidup sehat merupakan prinsip hidup dan menjadi kesenangan tersendiri bagi mereka.

Gaya hidup hedonis adalah gaya hidup yang menjadikan kenikmatan dan kebahagiaan sebagai tujuan. Aktivitas apapun yang dilakukan selalu demi kenikmatan bagaimanapun caranya, apapun sarananya, dan apapun akibatnya. Orientasi hidup selalu diarahkan kesana dengan sedapat-dapatnya menghindari perasaan yang tidak enak atau menyakitkan.

Menurut Levan's & Linda, gaya hidup hedonis adalah pola perilaku yang dapat diketahui dari aktifitas, minat maupun pendapat yang selalu menekankan pada kesenangan hidup. Lebih lanjut Susianto (1993) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang mengarahkan aktifitasnya untuk mencari kesenangan hidup dan aktifitas tersebut berupa menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang yang kurang diperlukan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian (dalam Rianton, 2012).

Susanto menyatakan bahwa atribut kecenderungan gaya hidup hedonis meliputi lebih senang mengisi waktu luang di mall, kafe, dan restoran-restoran makanan siap saji, serta memiliki sejumlah barang-barang dengan merk prestisius. Kecenderungan gaya hidup hedonis sangat erat kaitannya dengan remaja. Remaja yang memiliki kecenderungan gaya hidup hedonis biasanya akan berusaha agar sesuai dengan status sosial hedon melalui gaya hidup yang tercermin dengan simbo-simbol tertentu, seperti merek-merek yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, dan segala sesuatu yang berhubungan serta dapat menunjukkan tingkat status sosial yang tinggi (Martha, 2008). Sedangkan Sujanto menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis yang berorientasi pada kesenangan umumnya banyak ditemukan di kalangan remaja. Hal ini karena remaja mulai mencari identitas diri

melalui penggunaan simbol status, seperti mobil, pakaian, dan pemilikan barang-barang lain yang mudah terlihat (Masmuadi, 2007).

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang ingin mencari kesenangan dan kenikmatan, senang membeli barang-barang mahal, selalu ingin menjadi pusat perhatian, dan untuk menghindari kesengsaraan dengan memiliki fasilitas yang berkecukupan.

Ada banyak tanda ciri-ciri sifat orang yang menganut paham hedonisme, selama mereka masih menganggap bahwa materi adalah tujuan akhir untuk mendapatkan kesenangan, entah dengan cara bagaimana mendapatkan materi baik halal maupun yang dilarang agama atau hukum. Skala gaya hidup hedonis disusun berdasarkan ciri-ciri gaya hidup hedonis yang dikemukakan oleh Cicero adalah sebagai berikut :

1. Memiliki pandangan gaya hidup instan.

Orang yang memiliki gaya hidup instan cenderung berorientasi pada materi sehingga mengesampingkan segala sesuatunya dengan uang. Ia akan selalu memperoleh suatu keinginan atau tujuannya tanpa melalui proses dan menghalalkan segala cara untuk mendapatkannya. Mereka malas berjuang dan lebih mengandalkan jalan pintas dalam mencapai keinginannya. Misalnya, apabila seseorang merasa lapar ia akan pergi ke restoran untuk membeli makanan yang ia sukai. Ia tidak mau memanfaatkan bahan-bahan makanan yang ada di rumah yang seharusnya bisa ia masak dan tidak menghabiskan uang untuk membeli makanan

di restoran. Jika ada gadget keluaran terbaru, ia sangat ingin membelinya tetapi ia sadar bahwa ia tidak memiliki uang banyak untuk bisa membeli gadget tersebut. Ia akan melakukan segala cara untuk bisa mendapatkan apa yang ia inginkan. Hal-hal yang tidak diinginkan seperti mencuri, merampok, bahkan menjual diri mungkin saja bisa terjadi apabila seseorang sudah terobsesi dengan hal-hal duniawi yang menggairahkan.

2. Menjadi pengejar modernitas fisik, dimana orang-orang beranggapan bahwa memiliki barang-barang berteknologi tinggi adalah kebanggaan.

Pada zaman sekarang tidak bisa dipungkiri lagi bahwa tiap orang berlomba-lomba untuk mengejar kenikmatan duniawi. Hal ini dilakukan guna untuk mendapatkan citra diri di mata orang lain. Seperti contoh pada remaja perempuan yang melakukan segala cara untuk dapat merawat dirinya agar dapat terlihat cantik dan disukai banyak orang. Begitupula halnya dengan produk-produk dengan merek terkenal, mereka bermimpi untuk bisa memiliki dan menggunakan barang-barang tersebut yang mereka anggap mewah dan mahal dengan teknologi canggih karena itu akan menjadi kebanggaan untuk diri mereka sendiri.

3. Memiliki relativitas kenikmatan diatas rata-rata yang tinggi.

Hal ini ditinjau secara relatifitas menunjukkan standar yang cukup tinggi jika dibandingkan dengan relatifitas kenikmatan pada umumnya. Misalnya, orang yang bersifat hedonis cenderung mengkonsumsi makanan dengan harga bintang lima, mengkoleksi barang-barang mewah yang bermerek, dan memilih tempat nongkrong yang tergolong mahal.

4. Memenuhi banyak keinginan-keinginan spontan yang muncul.

Hal ini ditunjukkan dengan beberapa minat dan aktivitas seseorang yang cenderung tanpa banyak pertimbangan dalam menuruti keinginan hidupnya, seperti membeli barang-barang yang tidak diperlukan hanya mengikuti selera hati saja.

5. Ketika mendapat masalah yang dia anggap berat muncul anggapan bahwa dunia begitu membencinya.

Kebanyakan orang yang sibuk mengejar kenikmatan duniawi akan melupakan kewajibannya sebagai hamba Tuhan sehingga ia akan jauh dari sifat-sifat religius dan melalaikan kewajibannya sebagai umat yang beragama. Moral dan jiwa religi yang kurang tertanam pada diri seseorang akan membuat seseorang akan mudah putus asa apabila diterpa suatu masalah. Ia selalu menganggap berat masalah itu sehingga ia merasa kalau Tuhan sudah tidak adil padanya. Dari situlah ia akan mencari pelampiasan dari masalahnya tersebut. Orang-orang seperti ini cenderung akan menghabiskan waktunya di luar rumah untuk berfoya-foya bersama teman-temannya dengan melakukan kegiatan-kegiatan seperti pergi ke tempat clubbing, mengkonsumsi alkohol dan narkoba, seks bebas, dan sebagainya.

6. Berapa uang yang dimiliki akan habis dan atau tersiksa sedikit.

Hal ini ditinjau dari bagaimana seseorang memiliki perilaku konsumtif dimana ia menggunakan uangnya dengan royal tanpa berpikir seberapa besar manfaat yang akan ia dapatkan untuk membeli suatu barang yang sebenarnya tidak diperlukan, menghambur-hamburkan uang untuk menikmati tempat-tempat hiburan, dan orang tersebut selalu berpendapat bahwa hidup hanya untuk hari ini

sehingga ia menikmati hidupnya pada hari itu saja tanpa memikirkan hari kedepannya(dalam Bertrand Russell 2002: 327).

b. Gaya Hidup (*lifestyle*) AIO (*Activity, Interest, Opinion*)

Psikografik (Psychographic) adalah ilmu tentang pengukuran dan pengelompokkan gaya hidup konsumen (Kotler, 2002:193). Sedangkan psikografik menurut Sumarwan (2003:58), adalah suatu instrumen untuk mengukur gaya hidup, yang memberikan pengukuran kuantitatif dan bisa dipakai untuk menganalisis data yang sangat besar. Analisis psikografik biasanya dipakai untuk melihat segmen pasar. Analisis psikografik sering juga diartikan sebagai suatu riset konsumen yang menggambarkan segmen konsumen dalam hal kehidupan, pekerjaan dan aktivitas lainnya. Psikografik berarti menggambarkan (graph) psikologis konsumen (psyco).

Berikut ialah penjabaran mengenai Gaya Hidup AIO (*Activity, Interest, Opinion*)

Activities atau kegiatan ialah tindakan nyata seperti menonton suatu medium, berbelanja di toko, atau menceritakan kepada tetangga mengenai pelayanan yang baru. Walaupun tindakan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang bisa diukur secara langsung. Aktivitas yaitu orang yang mudah atau tidak bergerak dan bereaksi serta bertingkah laku dengan spontan.

Interest (minat) semacam obyek, peristiwa, atau topik adalah tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terusmenerus kepadanya. Minat ialah usaha aktif menuju pelaksanaan suatu tujuan. Tujuan pada umumnya yaitu titik akhir daripada gerakan yang menuju sesuatu arah tetapi tujuan minat adalah melaksanakan suatu tujuan.

Opinion (opini) ialah “jawaban” lisan atau tertulis yang orang berikan sebagai respons terhadap situasi stimulus dimana semacam pertanyaan diajukan. Bisa juga diartikan sebagai hasil pekerjaan dalam meletakkan hubungan antara tanggapan satu dengan lainnya, antara pengertian satu dengan pengertian lain, dan dinyatakan dalam satu kalimat.

Gaya hidup masyarakat dalam berbahasa, kemampuan untuk mendefinisikan suatu situasi secara budaya merupakan proposi kekuatan budaya yang esensial. Hal ini dapat dilakukan dengan cara reskriptif atau persimif. Mengendalikan suatu keputusan mengenai bahasa apa yang akan digunakan dalam suatu konteks tertentu merupakan hal yang terfundamental untuk mendefinisikan situasi secara budaya.

Perdebatan serupa mengenai prinsip “hanya bahasa Inggris” di Amerika Serikat, misalnya sungguh merupakan suatu perang budaya. Ketika kaum imigran generasi pertama yang tidak berbicara bahasa Inggris diharuskan berbicara bahasa Inggris di sekolah atau di tempat kerja, keprihatinan yang mereka rasakan bukan sekedar mengenai bahasa dan komunikasi, tetapi juga budaya. Bahkan ketika suatu bahasa diucapkan dengan kejelasan dan kemahiran yang sempurna, suatu aksen yang sedikit asing dapat menimbulkan bagi sebagian orang pertanyaan mengenai tujuan dan loyalitas sang pembicara.

Menurut Lull (1998:92), hubungan bahasa/budaya tidak terbatas pada kosakata, tata bahasa, dan ucapan. Lembaga – lembaga juga mencoba mengatur kapan orang – orang dapat berbicara, kepada siapa, mengenai apa, dan pada tingkat volume berapa. Akan tetapi bahasa, model rambut, gaya berpakaian, dan praktis semua ciri budaya yang lain juga dipakai secara positif, permisif, dan

kreatif. Eksplorasi simbolik semacam itu sangat pokok bagi cara pemuda mengkomunikasikan dan membangun budaya.

Psikografik adalah pengukuran kuantitatif gaya hidup, kepribadian dan demografik konsumen. Psikografik sering diartikan sebagai pengukuran AIO (activity, interest, opinions), yaitu pengukuran kegiatan, minat dan pendapat konsumen. Psikografik memuat beberapa pernyataan yang menggambarkan kegiatan, minat dan pendapat konsumen. Pendekatan psikografik sering dipakai produsen dalam mempromosikan produknya, seperti yang dinyatakan oleh Kotler bahwa psikografik senantiasa menjadi metodologi yang valid dan bernilai bagi banyak pemasar (2002:193). Solomon dalam Sumarwan (2003:59) menjelaskan studi psikografik dalam beberapa bentuk seperti diuraikan berikut.

- a. Profil gaya hidup (a lifestyle profile), yang menganalisis beberapa karakteristik yang membedakan antara pemakai dan bukan pemakai suatu produk.
- b. Profil produk spesifik (a product-specific profile) yang mengidentifikasi kelompok sasaran kemudian membuat profil konsumen tersebut berdasarkan dimensi produk yang relevan.
- c. Studi yang menggunakan kepribadian ciri sebagai faktor yang menjelaskan, menganalisis kaitan beberapa variabel dengan kepribadian ciri, misalnya kepribadian ciri yang mana yang sangat terkait dengan konsumen yang sangat memperhatikan masalah lingkungan.
- d. Segmentasi gaya hidup (a general lifestyle segmentation), membuat pengelompokan responden berdasarkan kesamaan preferensinya.

- e. Segmentasi produk spesifik, adalah studi yang mengelompokkan konsumen berdasarkan kesamaan produk yang dikonsumsi.

c. Bentuk Perubahan Sosial

Bentuk perubahan sosial dan perubahan kebudayaan dapat dibedakan menjadi, perubahan yang cepat (revolusi) dan perubahan yang lambat (evolusi). Revolusi merupakan wujud sosial yang paling spektakuler; sebagai tanda perpecahan mendasar dalam proses historis dan pembentukan ulang masyarakat dari dalam dan pembentukan ulang dari manusia. Revolusi berasal dari dua tradisi yaitu pandangan sejarah dan pandangan sosiologi. Perubahan sosial akan berjalan sangat cepat melalui dukungan media massa ini. Masyarakat akan mengetahui banyak informasi, penemuan – penemuan baru, kejadian di tempat lain, adopsi ideology, gaya hidup dan sebagainya melalui media ini.

d. Pergeseran Media Massa Ke Media Baru

Media yang berbeda-beda mewakili pesan yang berbeda-beda, media juga menciptakan dan mempengaruhi cakupan serta bentuk hubungan – hubungan dan kegiatan – kegiatan manusia. Pengaruh media telah berkembang dari individu kepada masyarakat. Dengan media setiap bagian dunia dapat dihubungkan menjadi desa global. Inilah yang kemudian dikenal dengan teori determinasi teknologi (McLuhan) : “seseorang percaya bahwa semua perubahan cultural, ekonomi, politik dan sosial secara pasti berlandaskan pada perkembangan dan penyebaran teknologi.”

Marshall McLuhan (1964) dalam bukunya *Understanding Media* mengemukakan bahwa teknologi komunikasi memainkan peran penting dalam

tatanan sosial dan budaya baru membawa perubahan dari media cetak ke media elektronik. Dengan adanya perkembangan teknologi di bidang teknologi informasi juga memicu perubahan besar dalam teknologi digitalisasi dimana semua konten media cetak tidak dan elektronik dapat digabungkan dan didistribusikan. Media digital adalah bentuk dari konten media yang menggabung dan mengintegrasikan data, teks, suara, dan berbagai gambar yang tersimpan dalam format digital dan di distribusikan melalui suatu jaringan seperti kabel serat optic, satelit dan system transmisi gelombang rendah.

Pergeseran teknologi yang tradisional ke teknologi digital juga membawa perubahan besar dalam cara manusia berkomunikasi. Jika sebelumnya khalayak media massa dikendalikan oleh informasi dari lembaga media massa, ketika perubahan teknologi itu terjadi ke arah digitalisasi maka terjadi pula perubahan pada pola distribusi konten media yang kini dapat berpindah ke posisi khalayak. Sehingga dominasi media sebagai penyedia konten media tidak lagi menjadi satu-satunya sumber informasi, justru sebaliknya khalayak juga dapat menciptakan konten media itu sendiri.

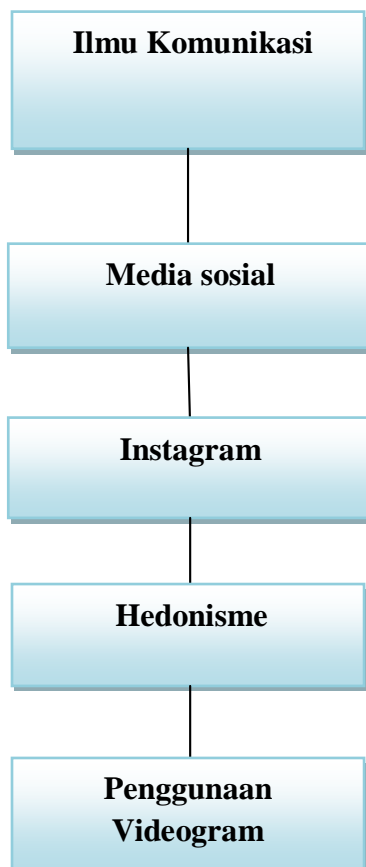
BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang saya gunakan untuk penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif kualitatif. Yang dimana pada tipe ini teknik yang digunakan adalah mengumpulkan data-data dari sumber informasi menggunakan kata-kata, gambardan bukan merupakan angka-angka.

3.2. Kerangka Konsep



3.3. Definisi Konsep :

Videogram ialah salah satu kegiatan yang ada sosial media yang sedang marak pada saat ini yaitu instagram. Dimana gaya hidup hedonis, pada umumnya banyak orang-orang yang menggunakan akun sosial media ini untuk menunjukkan kehedonissan hidup mereka melalui media sosial dengan berbagai ciri-ciri gaya hidup.

3.4. Teknik Pungumpulan Data

Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam suatu penelitian. Metode pengumpulan data merupakan bagian instrument pengumpulan data yang sangat menentukan keberhasilan atau tidaknya suatu penelitian. Adanya teknik pengumpulan data maka peneliti akan dimudahkan untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

a. Observasi

Teknik observasi adalah kegiatan mengamati dan mencermati serta melakukan pencatatan data atau informasi yang sesuai dengan konteks penelitian. Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai cirri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain,yaitu wawancara dan kuisisioner. Kalau wawancara dan kuisisioner selalu berkomunikasi dengan orang,maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain (Sugiono,2009:203).

Observasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini yaitu peneliti mencatat segala informasi mengenai kegiatan-kegiatan hedonis terkait yang dapat dilihat dari kehidupan sehari-hari informan melalui media sosial Instagramnya juga di lingkungan ia tinggal selama penelitian berlangsung di Glugur Darat II Medan. Dengan demikian maka peneliti mampu mendapatkan data yang jelas dan lengkap guna menyelesaikan penelitian ini.

b. Metode Wawancara

Salah satu teknik pengumpulan data ialah dengan wawancara yaitu mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada responden. Menurut Sugiono (2009:194) mengemukakan bahwa wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*), yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

Teknik wawancara mendalam ini dilakukan melalui wawancara tidak terstruktur. Wawancara bersifat bebas dan peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk mengumpulkan data namun hanya berupa garis-garis besar permasalahan yang akan ditanyakan. Proses pelaksanaan wawancara melontarkan pertanyaan dengan tidak mengikuti susunan alur pertanyaan. Hal ini bertujuan agar proses wawancara yang dilakukan bersifat tidak kaku sehingga mampu mempermudah informan ketika memahami pertanyaan yang dilontarkan oleh peneliti guna memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian, walaupun pertanyaan yang diberikan bersifat tidak sistematis namun tetap berlandaskan pada pedoman pertanyaan yang telah dibuat terlebih dahulu.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, foto, agenda dan sebagainya. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Kredibilitas hasil penelitian kualitatif ini akan semakin tinggi jika melibatkan atau menggunakan studi dokumentasi ini dalam metode penelitian kualitatifnya (Sugiyono,2008:83). Pada penelitian ini, peneliti melakukan dokumentasi pada keseluruhan kegiatan penelitian yang dilaksanakan.

3.5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses penyederhanaan data dengan mengelompokkannya dalam suatu bentuk yang mudah dibaca dan diinterpretasi.

Analisis data dilakukan setelah peneliti mengumpulkan seluruh data dan informasi yang diperlukan dalam suatu penelitian, biasanya peneliti melakukan beberapa tahapan persiapan data untuk memudahkan proses analisis dan interpretasi hasilnya (Ruslan,2010:166).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif,yaitu :

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan bagian kegiatan analisis tentang bagian data mana yang dikode, dibuang, pola-pola mana yang meringkas sejumlah bagian yang tersebut,cerita-cerita apa yang berkembang, merupakan pilihan-pilihan analitis. Proses reduksi data dimaksudkan untuk menajamkan,menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak diperlukan, serta mengorganisasi data sehingga memudahkan untuk dilakukan penarikan kesimpulan yang kemudian akan dilanjutkan dengan proses verifikasi.

2. Penyajian data /Display data

Langkah berikutnya setelah proses reduksi data berlangsung adalah penyajian data. Penyajian data dapat berupa bentuk tulisan atau kata-kata, gambar, grafik, dan tabel. Penyajian data bertujuan untuk menggabungkan informasi sehingga dapat menggambarkan keadaan yang terjadi. Hal ini dilakukan agar memudahkan peneliti membaca dan menarik kesimpulan maka dapat dibuat naratif, grafik, dan juga matrik dari data tersebut.

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap akhir proses pengumpulan data adalah verifikasi dan penarikan kesimpulan yang dimaknai sebagai penarikan arti data yang telah ditampilkan. Setelah data terkumpul cukup memadai dan benar-benar lengkap, maka proses penarikan kesimpulan baru dapat dilakukan. Mendapatkan suatu kesimpulan akhir maka data yang diperoleh ini harus sesuai dengan teori-teori yang digunakan di dalam penelitian dan saling berhubungan yang selanjutnya disajikan dalam bentuk laporan secara sistematis.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Peneliti melakukan teknik pengumpulan data melalui proses wawancara yang disebut data premier, yaitu suatu interaksi dan komunikasi. Dalam proses ini hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi. Faktor – faktor tersebut adalah pewawancara, topic yang tertuang dalam pernyataan dan situasi wawancara dimana hasil wawancara akan dideskriptifkan berdasarkan jawaban responden. Untuk proses proses tersebut peneliti membuat beberapa pertanyaan.

Pada bab ini peneliti akan menguraikan data dan hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan pada BAB I, yaitu Videogram Sebagai *Media Life Style Hedonism* Pada Masyarakat Glugur Darat II Medan. Analisis ini sendiri berfokus pada masyarakat khususnya anak remaja yang menggunakan media sosial yaitu instagram dan mereka selalu memposting gaya hidup mewah mereka kedalam postingan videogramnya. Agar penelitian ini lebih akurat dan objektif, peneliti mencari informasi tambahan dengan melakukan wawancara secara langsung kepada para pengguna videogram tersebut. Bagaimana mereka dalam menggunakan Videogram Sebagai *Media Lifestyle Hedonisme* pada masyarakat Glugur Darat II Medan yang berada di Kecamatan Medan Timur. Dan peneliti juga menggunakan metode penelitian kualitatif untuk melihat kondisi alami dari suatu fenomena. Ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman dan menggambarkan realitas yang kompleks.

Peneleitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data – data deskriptif berupa kata – kata tertulis ataupun lisan didasari oleh anak remaja pada masyarakat Glugur Darat II yang sudah pasti menggunakan media sosial Videogram tersebut. Pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara utuh. Jadi tidak melakukan proses isolasi pada objek penelitian kedalam variable dan hipotesis. Akan tetapi memandangnya sebagai bagian dari suatu kebutuhan.

4.1.1. Proses Pengumpulan Data

Dalam proses ini peneliti terjun langsung ke lapangan dan bersosialisasi degan para responden. Di awal peneliti mengajukan permohonan kepada Bapak Lurah di Kelurahan Glugur Darat II Kecamatan Medan Timur ini. Setelah mendapatkan ijin dan diperbolehkan untuk melakukan wawancara maka selanjutnya peneliti melakukan permohonan kepada pihak kampus untuk memperoleh surat ijin yang dimaksud.

Kemudian setelah mendapatkan surat ijin penelitian dan pendukung untuk melakukan penelitian maka selanjutnya peneliti mulai melakukan observasi pengamatan langsung ke setiap keluarga agar mengetahui bagaimana keseharian masyarakat yang khususnya remaja jaman sekarang ini dalam menggunakan videogram sebagai media *lifestyle hedonism* dalam sehari-harinya. Dan kemudian peneliti membuat beberapa pertanyaan agar nantinya dapat melakukan wawancara kepada para informan yang dibutuhkan untuk mendapatkan hasil penelitian ini.

4.1.2. Penyajian Data

Berikut penyajian data berdasarkan wawancara lapangan sesuai dengan analisis data yang dilakukan peneliti berdasarkan pada tiap – tiap katagori yang ditemukan sehingga memudahkan peneliti dalam melakukan verifikasi dan penarikan kesimpulan, berikut adalah penyajiannya :

Wawancara berlangsung kepada salah satu informan I kepada remaja muda bernama Dwi Nabila salah satu masyarakat Glugur Darat II Medan.

Pada tanggal 23 Februari 2019

Nama : Dwi Nabilla

Nama Panggilan : Uwi

Umur : 21 Tahun

Alamat : Jl. Karantina Komp. Asrama. Glugur Darat II

Pekerjaan : Pekerja

1. Pada jaman sekarang ini akun media sosial apa sajakah yang kamu miliki ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Untuk sekarang ini sosial media yang informan 1 gunakan adalah whatsapp, Line, Wattpad sama Instagram.

2. Sudah berapa lama anda memiliki instagram ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. informan 1 mengatakan punya instagram udah dari jaman sekolah waktu SMP. Cuma aktifnya itu waktu SMA kelas 2, karena instagram waktu tahun 2016 udah ada videogram/snapgramnya jadi sering pake karena anak-anak jaman

sekarang pada gunain instagram, dan kalau di hitung ya kira kira udah 5 tahunan.

3. Apakah menurut anda instagram adalah salah satu media yang sangat dibutuhkan pada jaman sekarang untuk memamerkan gaya hidup (*lifestyle hedonism*) ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. informan 1 menjawab kalau dibilang butuh si yah butuh, karena dari situ juga kita bisa dapet informasi soal temen-temen kita terus bisa mengabadikan moment moment kita sama temen-temen kita. Sebagai media yang memamerkan gaya hidup itu juga bener, karena hampir 70% teme-temen yang ada di videogram miliknya pada nunjukkin gaya hidup merka jadi kayak ajang pameran memamerkan gitu memang.

4. Postingan seperti apa yang sering anda update setiap hari ? foto atau video ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. informan 1 menjawab, seringnya itu ngeposting videogram, karenakan untuk sehari-hari dan itu dalem waktu 24 jam udah hilang jadi cuma untuk moment sesaat saja, kalau foto sih masukin juga tapi tidak bisa tiap saat juga karena nanti kesannya kayak ngespam gitu.

5. Videogram seperti apa yang anda pameran di akun media sosial instagram anda ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut informan 1 menjawab, suka posting video kayak lagi nyanyi sambil main gitar atau cover lagu. Tapi juga

sering posting videogram yang lainnya seperti lagi jalan-jalan sama temen-temen, makan bareng temen-temen dll.

6. Isi videogram seperti apa yang anda posting ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut informan 1 menjawab, selain cover lagu gitu informan juga suka posting soal kayak kuliner, atau kayak lagi jajan makanan unik dan cantik terus lagi dimana, sama siapa makan apaa gitu yang suka di videoin terus di bagikan ke videogram.

7. Apakah anda salah satu dari orang yang menggunakan videogram sebagai media *lifestyle hedonism* ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 1 menggunakan videogram, Cuma kalau untuk *lifestyle hedonism* itu gak terlalu, masih yang sekedar suka pamer makanan-makanan enak atau unik aja di videogram atau kayak nunjukkin lagi jalan-jalan kemana gitu.

8. Tempat atau isi seperti apakah yang sering anda pamerkan di videogram tersebut ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 1 menjawab untuk tempat yang sering diposting di videogram itu kayak tempat makan yang agak mewah atau makanan yang agak high, yang pasti kalau keliatan uwaah gitu pasti kita kayak langsung pengen ngerekamnya dan nunjukkin ke orang-orang via media sosial gitu.

9. Mengapa anda memilih videogram sebagai media *Lifestyle Hedonisme*?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 1 milih untuk update di videogram, dikarenakan pada videogram cuma 24 jam, jadi orang cuma bisa liat skali jalan aja gitu dan durasi yang singkat juga.

10. Pernah atau tidak anda memposting videogram mengenai media *Lifestyle Hedonisme* tetapi tidak sesuai dengan kehidupan yang nyata?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 1 menjawab, kalau ini udah pasti pernah. Karenakan kadang pengen yaa kayak keliatan seneng gitu, padahal nyatanya lagi enggak. Jadi kesannya kayak terpaksa nunjukkin kesenangan gitu.

11. Apa manfaat / keuntungan bagi anda ketika memposting videogram tersebut ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 1 merasa gak ada untungnya sama sekali gak ada manfaatnya. Cuma ya kadang apa-apa yang keliatan wah itu pengen aja di pamerin kalau gak di pamerin kayak gak puass, nah setelah di tunjukkin via sosial media barulah ngerasa udah kayak keliatan mantep gitu.

12. Apakah anda ada mengharapkan respon dari para viewers pada videogram anda ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 1 menjawab kalau ngarepin respon atau komentar dari para viewers sih ada, tapi yang pasti pengen dapet komen yang positif ya.. kayak dia nanyaa itu dimana atau itu apa. Bukan komentar yang kayak menjatuhkan yang bisa buat kesinggung atau sakit hati.

Wawancara kepada salah satu informan ke 2 pada remaja muda bernama Shisilia Oktaviani salah satu remaja di kelurahan Glugur Darat II Medan. Pada tanggal 24 Februari 2019

Nama : Shisilia Oktaviani

Nama Panggilan : Lia

Umur : 20 tahun

Alamat : Jl. Gunung Singgahmata No. 23

Pekerjaan : Mahasiswi

1. Pada jaman sekarang ini akun media sosial apa sajakah yang kamu miliki ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 2 ada punya banyak sosial media, yang pasti itu Facebook, Line, Snapchat, Instagram sama WhatsApp.

2. Sudah berapa lama anda memiliki instagram ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 2 sudah pakai instagram sekitar kurang lebih 6 tahun, dan dulu mulainya sewaktu duduk di bangku kelas 2 SMP.

3. Apakah menurut anda instagram adalah salah satu media yang sangat dibutuhkan pada jaman sekarang untuk memamerkan gaya hidup (*lifestyle hedonism*) ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 2 menjawab kalau dilihat dari kehidupan sekarang sih menurut informan kebanyakan orang memamerkan gaya hidupnya memang lewat videogram/snapgram ini,

ngelakuin apa aja pasti di snapgram, mau ngapain aja pasti di videoin terus di posting, makan dimana-mana aja pasti snapgram dulu baru makan. Jadi memang seperti harus menunjukkan dulu baru ngerasa maksimal gitu.

4. Postingan seperti apa yang sering anda update setiap hari ? foto atau video ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Menurut informan 2 sendiri seringnya update videogram, karena juga bisa buat seru-seruan selain ajang memamerkan sesuatu.

5. Videogram seperti apa yang anda pamerkan di akun media sosial instagram anda ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 2 menjawab sering update soal kuliner sama jalan-jalan sewaktu liburan bersama teman-teman maupun keluarga.

6. Isi videogram seperti apa yang anda posting ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Menurut informan 2 balik lagi yang di posting pasti video-video waktu lagi pergi makan sama keluarga, hangout sama temen-temen, terus ngevideoin kayak hal-hal lucu gitu untuk dimasukkan ke videogram si informan, atau kadang yaa kalau lagi pergi belanja beli ini itu dikit banyaknya ada juga yang pamerkan div ideogram si infroman.

7. Apakah anda salah satu dari orang yang menggunakan videogram sebagai media *lifestyle hedonism* ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 2 ialah orang yang seperti itu, karena memang sering memamerkannya ke videogram miliknya.

8. Tempat atau isi seperti apakah yang sering anda pamerkan di videogram tersebut ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Menurut informan 2 kalau untuk tempatnya itu biasa kalau lagi ngemall pasti ngevideoin atau kalau lagi jalan-jalan liburan juga pasti ngevideoin, walaupun isinya muka sendiri bukan terlalu yang menunjukkan seperti tujuan tempat.

9. Mengapa anda memilih videogram sebagai media *Lifestyle Hedonisme*?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 2 menjawab, karena orang-orang memang udah memakai videogram itu, terus temen-temen semua juga udah pasti pakai akun videogram ini semua, jadi saya ikutan menggunakannya.

10. Pernah atau tidak anda memposting videogram mengenai media *Lifestyle Hedonisme* tetapi tidak sesuai dengan kehidupan yang nyata ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Respon informan 2 ialah tidak pernah, karena yang nyata aja banyak akun-akun bodong yang sirik terus ngehujat, apa lagi kalau yang tidak kenyataannya.

11. Apa manfaat / keuntungan bagi anda ketika memposting videogram tersebut ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 2 menjawab, kadang ada juga manfaatnya, terkadang nih kan, misalnya infroman sedang berada di tempat makan yang bagus terus tapi masih banyak yang belum tau, dan infroman masukin ke Videogram nah temen-temen infroman yang ada di videogram itu jadi nanyain itu dimana ? yauda jadi kayak ngebagiin informasi jugakan. Sedikit banyaknya ada manfaatnya sih karena kadang kan juga ada hal penting yang harus di posting.

12. Apakah anda ada mengharapkan respon dari para viewers pada videogram anda ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 2 tidak ada mengharapkan respon dari para *viewers* atau teman di videogramnya, tapi terkadang malah banyak pengikut yang merespon isi videogram miliknya.

Wawancara berikutnya kepada informan ke 3 dengan remaja bernama Ulfa Cahyati salah satu remaja di kelurahan Glugur Darat II Medan. Pada tanggal 24 Februari 2019.

Nama : Ulfa Cahyati

Nama Panggilan : Ulfa

Umur : 23 Tahun

Alamat : Jl. Ampera VII. Glugur Darat II

Pekerjaan : Mahasiswi

1. Pada jaman sekarang ini akun media sosial apa sajakah yang kamu miliki ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 3 memiliki Instagram, WhatsApp, dan Line. Dulu juga punya facebook tapi sekarang sudah tidak aktif lagi karena sudah gak jaman dan temen-temen banyak yang ke Instagram.

2. Sudah berapa lama anda memiliki instagram ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 3 sudah 7 tahun lamanya menggunakan instagram.

3. Apakah menurut anda instagram adalah salah satu media yang sangat dibutuhkan pada jaman sekarang untuk memamerkan gaya hidup (*lifestyle hedonism*) ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 3 menjawab, tidak semua orang menggunakan instagram untuk memamerkan gaya hidupnya,

tergantung pribadi dirinya masing-masing bagaimana dan suka ria atau tidaknya.

4. Postingan seperti apa yang sering anda update setiap hari ? foto atau video ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 3 lebih suka posting videogram disbanding memposting sebuah foto di instagramnya.

5. Videogram seperti apa yang anda pameran di akun media sosial instagram anda ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 3 sering memposting video lucu dan unik saja yang informan 3 posting dan video tempat yang baru si informan 3 datangin contohnya itu udah pasti informan 3 share ke videogram miliknya.

6. Isi videogram seperti apa yang anda posting ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Bahwa informan 3 sering ngevideoin wajahnya sendiri kalau lagi cantik.

7. Apakah anda salah satu dari orang yang menggunakan videogram sebagai media *lifestyle hedonism* ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 3 mengakuinya kalau informan 3 termasuk orang yang seperti ini, selalu membagikan isi kehidupannya di sosial media.

8. Tempat atau isi seperti apakah yang sering anda pameran di videogram tersebut ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 3 sering memamerkan tempat-tempat wisata, jadi kalau lagi jalan-jalan semua itu sudah pasti informan 3 ngevideokan terus udah pasti dimasukkin ke videogram miliknya.

9. Mengapa anda memilih videogram sebagai media *Lifestyle Hedonisme*?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 3 merasa seru ketika menggunakan videogram sebagai media *lifestyle hedonism* dikarenakan selalu ada yang merespon dari videogram yang informan 3 bagikan setiap harinya.

10. Pernah atau tidak anda memposting videogram mengenai media *Lifestyle Hedonisme* tetapi tidak sesuai dengan kehidupan yang nyata?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 3 tidak pernah seperti membohongi pulik, jadi apa yang informan 3 buat di videogram itu semua sudah yang nyatanya.

11. Apa manfaat / keuntungan bagi anda ketika memposting videogram tersebut ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 3 merasa tidak ada keuntungan ataupun manfaatnya, akan tetapi informan 3 memiliki kepuasan bagi diri sendiri saja karena sudah membagikan moment-moment miliknya.

12. Apakah anda ada mengharapkan respon dari para viewers pada videogram anda ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 3 jujur bahwa memiliki rasa ingin untuk direspon oleh banyak orang mengenai videogramnya.

Wawancara berikutnya kepada informan ke 4 dengan remaja bernama Navy Septya Ningrum salah satu remaja di kelurahan Glugur Darat II Medan. Pada tanggal 24 Februari 2019.

Nama : Navy Septya Ningrum

Nama Panggilan : Navy

Umur : 23 Tahun

Alamat : JL. Ampera V Glugur Darat II Medan

Pekerjaan : Mahasiswa

1. Pada jaman sekarang ini akun media sosial apa sajakah yang kamu miliki ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 4 memiliki Facebook, Twitter, Instagram, Line, WhatsApp, SnapChat, dan Askfm.

2. Sudah berapa lama anda memiliki instagram ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 4 sudah menggunakan instagram kurang lebih 5 tahun.

3. Apakah menurut anda instagram adalah salah satu media yang sangat dibutuhkan pada jaman sekarang untuk memamerkan gaya hidup (*lifestyle hedonism*) ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Menurut informan 4 instagram ialah salah satu sosial media yang di butuhkan pada jaman sekarang untuk memamerkan gaya hidup.

4. Postingan seperti apa yang sering anda update setiap hari ? foto atau video ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 4 sering mengunggah video pada instagramnya yaitu videogram.

5. Videogram seperti apa yang anda pameran di akun media sosial instagram anda ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 4 sering mengunggah videogram yang berisikan tentang makanan dan kehidupan sehari-harinya.

6. Isi videogram seperti apa yang anda posting ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 4 selalu membagikan videogram yang lucu, menarik, dan penting.

7. Apakah anda salah satu dari orang yang menggunakan videogram sebagai media *lifestyle hedonism* ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 4 mengatakan bahwa ia adalah salah satu orang yang menggunakan videogram sebagai media *lifestyle*.

8. Tempat atau isi seperti apakah yang sering anda pameran di videogram tersebut ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 4 sering membagikan videogram yang berisikan kuliner makanan.

9. Mengapa anda memilih videogram sebagai media *Lifestyle Hedonisme*?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan memberikan alasan bahwa sebenarnya informan 4 tidak memiliki untuk di jadikan media

lifestyle hedonism, tapi hanya ingin memposting sesuatu pas suasana yang lagi *happy* dan ingin mempostingnya saja.

10. Pernah atau tidak anda memposting videogram mengenai media *Lifestyle Hedonisme* tetapi tidak sesuai dengan kehidupan yang nyata?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 4 tidak pernah mengunggah videogram yang tidak sesuai dengan kenyataan pada dirinya.

11. Apa manfaat / keuntungan bagi anda ketika memposting videogram tersebut ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Menurut informan 4 tidak ada manfaat ataupun keuntungannya, tapi temen-temen yang ada di videogramkan jadi tau kalau informan 4 sering *update* makanan berarti informan 4 dikenal sebagai seseorang yang suka makan, jadi buat lucu-lucuan.

12. Apakah anda ada mengharapkan respon dari para viewers pada videogram anda ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 4 tidak ada mengharapkan respon dari videogram pada *viewers*.

Wawancara berikutnya kepada informan ke 5 bernama Niza Gustiani salah satu remaja di kelurahan Glugur Darat II Medan. Pada tanggal 24 Februari 2019.

Nama : Niza Gustiani

Nama Panggilan : Niza

Umur : 27 Tahun

Alamat : JL. Ampera VI No.37. Glugur Darat II Medan

Status : Pekerja

1. Pada jaman sekarang ini akun media sosial apa sajakah yang kamu miliki ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 5 memiliki 3 media sosial yaitu, Facebook, Instagram dan WhatsApp.

2. Sudah berapa lama anda memiliki instagram ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 5 sudah menggunakan instagram selama 6 tahun.

3. Apakah menurut anda instagram adalah salah satu media yang sangat dibutuhkan pada jaman sekarang untuk memamerkan gaya hidup (*lifestyle hedonism*) ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 5 mengatakan bahwa instagram adalah salah satu media yang sangat dibutuhkan, selain untuk media *lifestyle hedonism* tetapi instagram juga untuk media komunikasi yang sangat instan.

4. Postingan seperti apa yang sering anda update setiap hari ? foto atau video ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 5 selalu mengunggah videogram setiap harinya dan juga foto tetapi hanya sesaat.

5. Videogram seperti apa yang anda pameran di akun media sosial instagram anda ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 5 sering memamerkan cerita perjalanan melalui videogram ketika informan sedang bekerja di luar kota yang selalu merekam perjalanan dan makanan yang sedang didapat olehnya.

6. Isi videogram seperti apa yang anda posting ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 5 mengunggah videogram seperti tempat-tempat wisata yang informan 5 kunjungi dan makanan yang sedang informan 5 makan.

7. Apakah anda salah satu dari orang yang menggunakan videogram sebagai media *lifestyle hedonism* ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 5 mengakui bahwa videogram ialah salah satu media untuk gaya hidup (*lifestyle hedonism*), dimana pada isi videogram pada umumnya ialah mengenai gaya hidup orang-orang dan juga informan 5 sendiri.

8. Tempat atau isi seperti apakah yang sering anda pameran di videogram tersebut ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 5 selalu memamerkan isi video ketika berada di tempat kerja, wisata dan tempat makan.

9. Mengapa anda memilih videogram sebagai media *Lifestyle Hedonisme*?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 5 memilih videogram sebagai media *lifestyle* dikarenakan videogram ialah akun sosial media yang sangat instant untuk mengunggah foto ataupun video, dan sangat banyak peminatnya.

10. Pernah atau tidak anda memposting videogram mengenai media *Lifestyle Hedonisme* tetapi tidak sesuai dengan kehidupan yang nyata?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 5 mengatakan bahwa isi dari videogram yang sudah di unggah ialah kejadian yang nyata dan tidak ada pembohongan publik.

11. Apa manfaat / keuntungan bagi anda ketika memposting videogram tersebut ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 5 merasa bahwa ini tidak ada manfaat ataupun keuntungannya. Akan tetapi informan 5 merasa puas apabila sudah membuat videogram dan merasa ada yang kurang jika melakukan hal yang seru ataupun mendapatkan pengalaman yang bagus tetapi tidak memamerkannya ke sosial media.

12. Apakah anda ada mengharapkan respon dari para viewers pada videogram anda ?

Berdasarkan pertanyaan tersebut. Informan 5 merasa tidak ingin mendapatkan respon dari viewersnya sendiri.

4.2 Pembahasan

1. Pembahasan narasumber

Berdasarkan hasil wawancara yang diteliti oleh peneliti yang didapatkan dari informasi yang diberikan oleh narasumber yang berjumlah 5 narasumber yang mempunyai media sosial Instagram di lingkungan Kelurahan Glugur Darat II Medan Timur, maka pembahasannya adalah sebagai berikut :

Pada proses penelitian ini, peneliti tidak ada merasa mengalami kesulitan pada saat proses wawancara kepada 5 narasumber pada saat melakukan wawancara. Hasil dari penelitian diatas memperlihatkan bahwa penggunaan videogram pada sosial media instagram itu sangat banyak digunakan oleh seluruh masyarakat pada jaman sekarang untuk memamerkan gaya hidup mereka masing-masing. Mereka menggunakan instagram sekitar 5-6 tahunan dan sedang duduk di bangku sekolah SMP – SMA. Pada awalnya mereka hanya menggunakan instagram untuk memposting foto secara instan, tetapi seiring berjalannya waktu instagram menyediakan tampilan baru untuk dapat mengunggah video secara instan yaitu videogram.

Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya jawaban dari hasil wawancara yang berbeda, dan sosial media memanglah hal yang sangat dibutuhkan pada saat ini dan juga banyak digunakan untuk memamerkan gaya hidup mereka. Dimana pada saat ini mereka menggunakan instagram selain untuk berjualan (*Online*

Shop, iklan, mendapatkan informasi dan juga untuk memamerkan kegiatan apapun yang mereka lakukan dengan gaya hidup mereka masing-masing. Mulai dari kegiatan liburan, belanja, wisata kuliner dan kegiatan lainnya mereka selalu menyempatkan diri untuk mengambil video dan membagikannya ke videogram milik mereka.

Dengan adanya sosial media yang semakin canggih ini maka para kaula muda sudah pasti memiliki akun media sosial instagram dan menggunakan videogram sehari-harinya. Mereka memanfaatkan spot-spot bagus untuk tempat mengambil video, makanan-makanan unik dan hal-hal lucu untuk di unggah ke videogram masing-masing. Dan saling menunjukkan gaya hidupnya masing-masing. Beberapa narasumber mengatakan bahwa mereka menggunakan videogram karena pada videogram mereka dapat mengunggah video secara instan, waktu atau durasi yang tidak sangat panjang dan bisa tersimpan sebagai pengingat kenangan yang pernah dijalani pada mereka. Dan juga ada narasumber yang mengatakan bahwa mereka merasa puas apabila sudah membagikan cerita gaya hidupnya pada videogram di media sosial ini. Awalnya juga tidak ada niat untuk menjadi ajang pamer memamerkan, tetapi seiring berjalannya waktu mereka saling berlomba-lomba untuk saling menunjukkan gaya hidupnya yang mewah (*lifestyle hedonism*) dengan caranya masing-masing.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Dapat disimpulkan bahwa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, model komunikasi massa pada media baru ini sangat mempengaruhi perkembangan jaman pada seluruh kalangan, khususnya para kaula muda. Selain untuk media *lifestyle hedonism* media baru ini sangat berguna untuk media komunikasi yang sangat instan untuk mendapatkan berita.
2. Dan dari kesimpulan lainnya dari 5 narasumber yang sudah di teliti, masing-masing dari mereka rata-rata menggunakan instagram ataupun videogram kurang lebih sudah 5 tahun lamanya. Pada instagram tersebut, mereka lebih sering mengunggah videogram pada instagram dibandingkan dengan mengunggah foto. Dan isi videogram yang selalu ditampilkan ialah berupa video mengenai mereka ketika sedang berbelanja disuatu tempat *shopping*, makanan-makanan mewah, atau sedang berada di tempat wisata yang bagus, dan hal lain yang sedang menyengkan suasana saat itu.

5.2 Saran

Berdasarkan kepada penelitian yang telah dilakukan di Lingkungan Glugur Darat II Medan Timur ini mengenai Videogram Sebagai Media *Lifestyle*

Hedonisme, maka peneliti memberikan saran dan masukan kepada remaja sebagai berikut :

1. Untuk masyarakat remaja yang ada di Kelurahan Glugur Darat II ini untuk kedepannya apabila mengunggah videogram baiknya videogram yang sedikit lebih bermanfaat, mungkin berupa informasi atau juga ketika mengunggah video tempat wisata misalnya, sekalian untuk mencantumkan nama lokasi agar jadi suatu informasi yang bisa dibagikan kepada teman-teman di videogram tersebut.
2. Sebagai pengguna videogram yang sangat bebas juga mohon untuk tidak ada mengunggah videogram yang aneh-aneh seperti hal yang memancing pikiran jelek terhadap para penonton (*viewers*) video.

Daftar Pustaka

Buku :

Ardianto, dan Komala, 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Bungin,2006. *Sosiologi Komunikasi : Teori,Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Edisi Pertama. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

McQuail, Denis, 2011, *Teori Komunikasi Massa*, Salemba Humanika,Jakarta.

Martono, Nanang, 2016, *Sosiologi Perubahan Sosial : Prespektif Klasik, Mopdern, Posmodern, dan Poskolonial/Nanang Martono*, (Jakarta, Rajawali Pers 2016).

Kunto, A.A. 1999. *Mata Rantai Hedonisme. Kecil Bahagia, Muda Foya-Foya, Tua Kaya-Raya, Mati Aunya Masuk Surga*. Yogyakarta: Kanisius.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sihabudin, Ahmad, 2011. *Komunikasi Antar Budaya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011).

Susanto, A.B. 2001. *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*. Jakarta: Kompas.

Saverin, Warner & Tankard,James. 2008. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Prenada.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Apriadi, Tamburaka, 2013. *Literasi Media : Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta : Rajawali Pers,2013)

Sumber Lainnya :

Internet :

<https://id.wikipedia.org/wiki/Hedonisme> (Diakses tanggal 21 desember 2018 jam 12:28 am)

<http://xerma.blogspot.com/2014/05/pengertian-gaya-hidup-lifestyle.html> (diakses tanggal 21 desember 2018 jam 1:08 am)

<http://pengertianahli.id/2013/07/pengertian-komunikasi-menurut-para-ahli.html>
(diakses pada tanggal 22 desember 2018, jam 1:00 am)

<http://satupedang.blogspot.com/2015/02/sejarah-asal-mula-media-sosial-instagram.html#ixzz5aLVDco8G> (diakses pada tanggal 22 desember 2018, jam 1:52am)

<http://www.referensimakalah.com/2013/02/aio-dalam-studi-psikografis.html>
(diakses pada tanggal 12 desember 2018, pukul 8:00pm)

<http://opinisukasuka.blogspot.com/2015/05/komunikasi-konvensional.html>
(diakses pada tanggal 28 desember 2018 pukul 1:25 am)

<https://www.nesabamedia.com/pengertian-facebook/> (diakses pada tanggal 28 desember 2018 pada pukul 10:00 am)

<https://shaktidarikhwan.wordpress.com/2014/09/29/new-media-definisi-pandangan-manfaat-komponen-aplikasi-dan-menganalisa-serta->

[menjelaskan-fitur-dari-new-media/](#) (di akses pada tanggal 28 desember 2018 pukul 10:15 am).

**PEDOMAN WAWANCARA VIDEOGRAM SEBAGAI MEDIA
LIFE STYLE HEDONISME
PADA MASYARAKAT GLUGUR DARAT II MEDAN**

1. Pada jaman sekarang ini akun media sosial apa sajakah yang anda miliki ?
2. Sudah berapa lama anda menggunakan instgram ?
3. Apakah menurut anda instgram adalah salah satu media yang sangat di butuhkan pada jaman sekarang untuk memamerkan *lifestyle hedonisme* ?
4. Postingan seperti apa yang sering anda update sehari hari ? foto atau video ?
5. Videogram seperti apa yang anda pameran di akun media sosial instgram anda ?
6. Isi videogram seperti apa yang anda posting ?
7. Apakah anda salah satu dari orang orang yang menggunakan videogram sebagai media *lifestyle hedonisme* ?
8. Tempat atau isi seperti apakah yang sering anda pameran di videogram tersebut ?
9. Mengapa anda memilih videogram sebagai *media lifestyle hedonisme* ?
10. Pernah atau tidak anda memposting videogram mengenai *lifestyle hedonism* tetapi tidak sesuai dengan kehidupan yang nyata ?
11. Apa manfaat / keuntungan bagi anda ketika memposting videogram tersebut ?
12. Apakah anda ada mengharapkan respon dari para viewers pada videogram anda?

1. Foto videogram informan 3 atas nama Lia

Ketika informan sedang berbelanja pakaian.

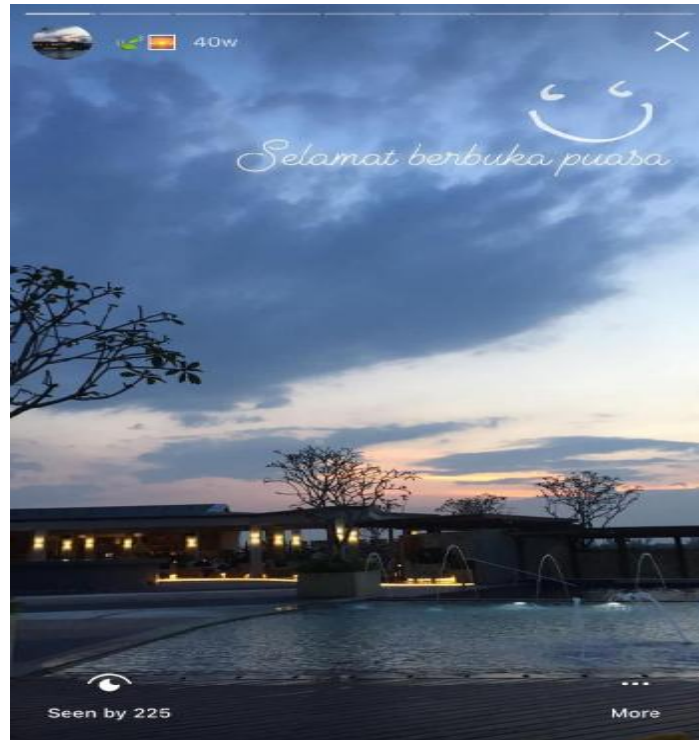


Ketika informan sedang menyantap makanan enak



2. Foto videogram informan 4 atas nama Navy

Ketika sedang berbuka puasa di tempat yang bagus.



Ketika informan sedang berada di tempat makan yang unik.



3. Foto videogram pada informan 5 atas nama Niza.

Ketika sedang liburan di Raja Ampat



Ketika informan sedang berbelanja



4. Foto videogram informan 1 atas nama Uwi
Ketika informan sedang nonton bioskop.



- Ketika informan sedang merayakan ulang tahun temannya di restaurant.



5. Foto videogram informan 2 atas nama Ulfa.

Ketika informan sedang di tempat belanja



Ketika infroman sedang makan di Sushi Tei



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 2 Medan 20233 Telp. (061) 6924637 - (061) 6924631 Ext. 200-201 Fax. (061) 6922674
 Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

PERMOHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL SKRIPSI

Sio-1

Yth.
 Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
 UMSU

Medan, 04 Desember 2018

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan

UMSU :
 Nama lengkap : Novia Rahmah
 NPM : 1502110024
 Jurusan : Ilmu Komunikasi - Humas (Mkom)
 Cakupan sks : 128 sks, IP Kumulatif 3.31

ingin permohonan persetujuan judul skripsi :

video gram sebagai media lifestyle hedonisme (tipe deskriptif kualitatif) penggunaan Instagram sebagai media untuk mengungkap life style "hedonisme" pada masyarakat Segar Darat & Medan.	<input checked="" type="checkbox"/> 11/12-2018
video gram media sosial sebagai peningkatan penjualan Jasa. (tipe deskriptif kualitatif) penggunaan video gram pada Instagram pada media untuk peningkatan penjualan Jasa Hiburan Bond-Old Skill Medan.	
komunikasi interpersonal orangtua kepada anak perempuan yang menanamkan nilai-nilai kekeluargaan untuk memelihara generasi hidup.	

bersama permohonan ini saya lampirkan :

- 1. bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
 - 2. Kamajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
 - 3. bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*)
- Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan
 Salam Wassalam.

Demi Ketua Jurusan :
 dan kepada Dekan untuk
 dan Pembimbing.

04 Desember 2018

Ketua Jurusan
 dan Pembimbing
 S. Sos. M. I. Kom.

Pemohon,

Novia Rahmah

PB: LUTFI BASIT



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**

Nomor : 11.116/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2019

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal : 11 Desember 2018 dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **NOVIA RAHMAH**
NPM : 1503110024
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2018/2019
Judul Skripsi : **VIDEOGRAM SEBAGAI MEDIA LIFESTYLE HEDONISME PADA MASYARAKAT GLUGUR DARAT II MEDAN**
Pembimbing : LUTFI BASIT., S.Sos., M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/IL3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
 2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.
- Masa Kadaluarsa tanggal 11 Desember 2019.

Ditetapkan di Medan,
Medan, 07 Jumadil Akhir 1440 H
12 Februari 2019 M

Dekan



Dr. ARDIN SALEH., S.Sos., MSP.

Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
Pembimbing ybs. di Medan;
Peringgal.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> Email: rektor@umsu.ac.id

Referensi : 333/KET/IL3-AU/UMSU-03/F/2019
Pernyataan : Mohon Diberikan izin Penelitian Mahasiswa

Medan, 23 Jumadil Akhir 1440 H
28 Februari 2019 M

Yth : Lurah Kelurahan Glugur Darat II
Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Yang saya hormati Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan aktivitas yang telah direncanakan

Untuk memperoleh data penulisan skripsi dalam rangka penyelesaian program studi jenjang Strata Satu (S1), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami :

- Nama Mahasiswa : **NOVIA RAHMAH**
- NPM : **1503110024**
- Program Studi : **Ilmu Komunikasi**
- Semester : **VIII (Delapan) / Tahun Akademik 2018/2019**
- Judul Skripsi : **VIDEOGRAM SEBAGAI MEDIA LIFESTYLE HEDONISME PADA MASYARAKAT GLUGUR DARAT II MEDAN**

Demikianlah kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.
Wassalamun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan



DR. ARIF SALEH, S.Sos., MSP.

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
Nomor : 011/UND/II.3-AU/UMSU-03/P/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Selasa, 08 Januari 2019
Waktu : 14.00 s.d. Selesai
Tempat : Ruang 208-C FISIP UMSU
Pemimpin Seminar : Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom

No	NAMA MAHASISWA	NOMOR FOKOK MAHASISWA	PENGUJI	PEMIMBING	TUDJ. SKRIPSI
1	NOVIA RAHMAH	1503110024	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	LUTFI BAST, S.Sos, M.I.Kom. ✓	VIDEOGRAM SEBAGAI MEDIA LIFESTYLE HELCOMISME (Studi Deskriptif Kualitatif Pengguna Instagram Sebagai Media Unsak Menunjukkan Lifestyle "Hedonisme" pada Masyarakat Gugur Darat II Medan
2	IVANDA MAULIDIYAH	1503110018	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	MUHAMMAD SAID HARAHAP, S.Sos, M.I.Kom. ✓	OPINI MASYARAKAT TERKAIT PEMANFAATAN SPOT FOTO MERCI BARNI
3	RIZKY SYAHPRITRI TANJUNG	1503110170	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	MUHAMMAD THARIO, S.Sos., M.I.Kom. ✓	MOTIVASI DAN PERILAKU PENGEMAR MUSIK KOREAN POP DI MEDAN
4	ANNISA MAJAIKA	1503110019	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom. ✓	KOMPETENSI PRESENTER BERITA TV LOKAL DI MEDAN (Studi Kasus Kompas TV Medan)
5	AZMI HUARI RAMADHAN	1503110131	PUJI SANTOSO, S.S., MSP.	TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom., H. ✓	KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PEMERINTAH KOTA DUMAI DALAM PENATAAN RUANG PUBLIK (ANALISIS DESKRIPTIIF KUALITATIF PASCA RELOKASI PASAR DOCK DUMAI)

Medan, 28 Rabul Akhir 1440 H
05 Januari 2019 M





**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6825474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Navia Rahmah .
 NPM : 1509110024
 Jurusan : ILMU KOMUNIKASI - HUMAS
 Judul Skripsi : Videogram Sebagai Media Life style Hedonisme Pada Masyarakat Kelurahan Gugur Darat II Medan .

No	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
	10/Desember 2018	Bimbingan pertama untuk proposal.	
	24/Desember 2018	Bimbingan proposal ke 2 setelah revisi.	
	2/Januari 2019	Bimbingan proposal & acc untuk seminar proposal	
	17/Februari 2019	Bimbingan untuk skripsi & ngajuin draft wawancara.	
	24/Februari 2019	Bimbingan skripsi ke 2 & acc draft wawancara	
	22/Februari 2019	Bimbingan skripsi ke 3.	
	5/Februari 2019	Bimbingan skripsi setelah wawancara & revisi	
	5/Februari 2019	Bimbingan terakhir untuk skripsi setelah dr revisi dan Acc skripsi.	
	18/Des. 2018	Bimbingan setelah revisi pertama.	

Medan, 6 Maret 2019..

Ketua Program Studi,

NIMHAYUWALAH NSH.S.SOS.MJ.KOM

Pembimbing ke : I

LUFTI BASRI.S.SOS.M.IKOM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 383/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Rabu, 13 Maret 2019
Waktu : 07.45 Wib s.d. selesal
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJUI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI JII	
26	LULUK KURNIA	1503110186	Dx. LETYIA KHAIRANI, M.SI M.A	Dr. ANANG ANAS AZHAR, M.A	Dra. Hj. ASMAWITA, AM, MA	POLA KOMUNIKASI KESEHATAN DALAM MENANGANI GIZI BURUK DI PUSKESMAS MARTUBUNG
27	ADINDA GITA LESTARI	1503110232	Dra. Hj. ASMAWITA, AM, MA	CORRY NOVIRICA SINAGA, S.Sos., M.A.	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	POLA KOMUNIKASI KEPALA DESA DALAM UPAYA PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PEMANFAATAN ALOKASI DANA DESA
28	NOVA RAHMAH	1503110024	RAHMANITA GINTING, IJ, Ph.D	TENERMAN, S.Sos., M.I.Kom	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	VIDEOGRAM SEBAGAI MEDIA LIFESTYLE HEDONISME PADA MASYARAKAT GLUGUR DARAT II MEDAN
29	ANGGI CHAIRAH	1503110118	MURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom	AMRYAR ANSHORI, S.Sos, M.I.Kom	PUJI SANTOSO, S.S, M.SP	ASPEK EDUKASI DALAM TAYANGAN SERIAL KARTUN TAYO THE LITTLE BUS DI RTV (STUDI SEMIOTIKA DALAM FILM TAYO THE LITTLE BUS)
30	MUR-ATIFAH	1503110193	Dra. ZULFAHMI, M.I.Kom	ELVITA YENNI, S.S, M.Hum	Dra. Hj. ASMAWITA, AM, MA	OPINI MASYARAKAT TENTANG PERISTIWA JATUHNYA LOH AIR JT - 610 DI KOTA MEDAN

Nota: Sedang:

Medan, 04 Rajab 1440 H
11 Maret 2019 M

Ditandatangani oleh :

Rektor

Dr. MUJIBUDDIN ARIFIN, SH, M.Hum



Ketua,

Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.

Panitia Ujian



Sekretaris

Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Novia Rahmah
Nama Panggilan : Opi
Tempat, tanggal lahir : Lhokseumawe, 14 November 1996
Alamat : Jl. Ampera VI No. 37
Nomor Telepon : 081268538123
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Konsentrasi : Ilmu Komunikasi (Humas)
Email : novia.rahmah76@gmail.com

SILSILAH KELUARGA

Nama Ayah Kandung : Fasrizal
Nama Ibu Kandung : Usmita Ningsih
Status : Belum Menikah
Pekerjaan : Karyawan Swasta

RIWAYAT PENDIDIKAN

TK : TK Aisiyah
SD : SD Negeri 060871
SMP : Swasta Pertiwi
SMA / SMK : SMK Negeri 8 Medan