BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Dalam Mulyana dijelaskan, kata komunikasi atau *communications* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti sama ,*communico, communication,* atau *communicare* yang berarti membuat sama(*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagaiasal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yangmirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. (Mulyana, 2007:46)

Istilah komunikasi atau dalam bahasa inggris *communication* berasal daribahasa latin atau *communicatio* dan bersumber dari kata communis yangberarti sama. Sama disini maksudnya adalah satu makna. Jadi, jika dua orangterlibat dalam komunikasi maka komunikasi akan terjadi atau berlangsungselama ada kesamaan makna mengenai apa yang di komunikasikan, yakni baik si penerima maupun si pengirim sepaham dari suatu pesan tertentu (Effendy,2002: 9).

Carl. I. Hovland yang dikutup oleh Onong Uchjana Effendymendefinisikan komunikasi sebagai berikut:

"*The process by which an individual (the communicator) transmitsstimuli (usually verbal symbols).*"(Proses dimana seseorang(komunikator) menyampaikan perangsang (biasanya lambingbahasa) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan).(Effendy, 2002:49).

Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakarkomunikasi seperti yang diungkapkan oleh Carl. I. Hovland yang dikutip olehOnong Uchana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi teori dan Praktek , ilmukomunikasi adalah Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegasasas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap(Effendy, 2001: 10)

Hovland juga mengungkapkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmukomunikasi bukan hanya penyampaian informasi melainkan jugapembentukan pendapat umum (*Public Opinion*) dan sikap publik (*publicattitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkanperanan yang amat penting.Dalam pengertian khusus komunikasi, Hovlandyang dikutip dari Onong Uchana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori

dan Praktek mengatakan bahwa komunikasi adalahProses mengubah perilaku orang lain (*communication is the procces tomodify the behaviour of other individuals*) Jadi dalam berkomunikasi bukansekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atausejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh

komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atauperilaku orang lain, hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikanbersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-

pesanharus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapaitujuan komunikasi yang komunikatif. (Effendy, 2001:10)

Menurut Willbur Schramn, seorang ahli ilmu komunikasi kenamaandalam karyanya *Communication Research In The United States* menyatakanbahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan olehkomunikator cocok dengan kerangka acuan (*Frame of Reference*) yaknipanduan pengalaaman dan pengertian (*collection of experience and meanings*)yang pernah diperoleh komunikan.Proses komunikasi pada dasarnya adalah

proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seseorang komunikatorkepada komunikan, pesan itu bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain.

Dalam prosesnya Mitchall. N. Charmley memperkenalkan 5 (lima)komponen yang melandasi komunikasi yang dikutip dari buku Astrid P.Susanto yang berjudul Komunikasi Dalam Praktek dan Teori , yaitu sebagaiberikut:

- Sumber (*source*)
- Komunikator (*encoder*)
- Pertanyaan/pesan (*messege*)
- Komunikan (*decoder*)
- Tujuan (*destination*)

Unsur-unsur pesan dari proses komunikasi diatas, merupakanfaktor penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut olehpara ahli komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secarakhusus. Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 bagianyaitu:

1. Komunikasi Verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis symbol yangmenggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan bicarayang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal yangdisengaja, yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untukberhubungan orang lain secara lisan. Basaha dapat juga dianggapsebagai suatu sistem kode verbal

2. Komunikasi Non Verbal

Secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukankata-kata. Menurut Larry. A. Samovat dan Richard. E. Porter,komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (terkecualirangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkanoleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yangmempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim ataupenerima".(Mulyana, 2004:237).

Membahas tentang definisi komunikasi, tidak ada definisi yang benar atau juga definisi yang salah.Sama hal nya seperti model atau teori, definisi harus dilihat dari kemanfaatan untuk menjelaskan sesuatu yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa definisi mungkin terlalu sempit, misalnya Komunikasi adalah penyampaian pesan melalui media elektronik . Atau terlalu luas , misalnya Komunikasi adalah interaksi antara dua pihak atau lebih sehingga peserta komunikasi memahami pesan yang disampaikan. Dalam penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain, bukanlah hal yang mudah, sebab apabila mudah tidak akan mungkin terjadinya komunikasi yang meleset. Pada saat dua orang berkomunikasi, ibarat dua dunia yang berbeda bertemu sebab masing-

masing individu memiliki pengalaman yang berbeda atau latar belakang yang berbeda.

Dalam proses penyampaian juga harus bisa menimbulkan kesamaan makna mengenai apa yang ada dibahas. Kesamaan makna dapat terlihat dari mengerti bahasa yang digunakan dan mengerti makna dari hal yang dipercakapkan. Dengan adanya kesamaan tersebut maka akan memudahkan penerimaan informasi dari orang yang kita ajak berkomunikasi.

2.1.2 Tujuan Komunikasi

Dalam menyampaikan informasi dan mencari informasi kepada mereka, agar apa yang kita sampaikan dapat dimengerti sehinggakomunikasi yang kita laksanakan dapat tercapai. Pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain:

a. “Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain denganpendekatan yang persuasif bukan memaksanakan kehendak.
b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harusmengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yangdiinginkannya, jangan mereka menginginkan arah ke barat tapikita memberi jalur ke timur.
c. Menggerakan orang untuk melakukan sesuatu, menggerakkansesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatanyang dimaksudkan disini adalah kegiatan yang banyakmendorong, namun yang penting harus diingat adalahbagaimana cara yang terbaik.

d. “Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagaipejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepadakomunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknyadan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kitamaksudkan”.(Effendy, 1993:18).

Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalahmengharapkan pengertian, dukungan, gagasan, dan tindakan. Setiap hari kita bermaksud mengadakan komunikasi maka kita perlu menelitiapa tujuan kita tersebut:

1. Apakah kita ingin orang mengerjakan sesuatu atau supaya merekamau bertindak.
2. Apakah kita ingin menjelaskan sesuatu pada orang lain.
3. Apakah kita ingin orang lain menerima dan mendukung gagasan kita.

2.1.3 Unsur-Unsur Komunikasi

Dalam melakukan komunikasi setiap individu berharap tujuan darikomunikasi itu sendiri dapat tercapai dan untuk mencapainya ada unsur-unsuryang harus di pahami,menurut Onong Uchana Effendy dalam bukunya yangberjudul Dinamika Komunikasi bahwa dari berbagai pengertian komunikasiyang telah ada tampak adanya sejumlah kommponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur tersebut menurut Onong Uchana Effendy adalah sebagai berikut:

- Komunikator : Orang yang menyampaikan pesan.
- Pesan : Pernyataan yang didukung oleh lambang.
- Komunikan : Orang yang menerima pesan.

- Media : Sarana atau saluran yang mendukung pesan
- bilakomunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya.
- Efek : Dampak sebagai pengaruh dari pesan. (Effendy: 2002, 6)

2.1.4 Konteks-Konteks Komunikasi

Komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruang hampa sosial, melainkan dalam suatu konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks lomunkasi di sini berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi, yakni terdiri dari:

1. Aspek bersifat fisik, seperti iklim, cuaca, suhu udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, dan alat yang tersedia untuk menyampaikan pesan.
2. Aspek psikologis, seperti : sikap dan emosi para peserta komunikasi.
3. Aspek sosial, seperti: norma, nilai serta budaya.
4. Aspek waktu, yakni waktu berkomunikasi. Konteks komunikasi antara lain:
    1. Komunikasi Antar Persona
    2. Komunikasi Kelompok
    3. Komunikasi Organisasi, dan
    4. Komunikasi Massa

2.1.5 Proses Komunikasi

Komunikasi tidak bisa terlepas dari yang namanya proses. Oleh karena itu apakah suatu komunikasi dapat berlangsung dengan baik atau tidak tergantung dari proses yang berlangsung tersebut. Menurut Rusady Ruslan proses komunikasi adalah :

> "Diartikan sebagai "transfer informasi"‖ atau pesan-pesan (message) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, dalam proses komunikasi tersebut bertujuan (feed back) untuk mencapai saling pengertian (mutual understanding) atau antar kedua belah pihak."(Ruslan 1999 : 69).

Sementara itu menurut Onong Uchjana Effendy proses komunikasi terbagi dua tahap, berikut uraiannya :

1. Proses komunikasi secara primer

   Proses pencapaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna dan sebagainya yang secara langsung dapat menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa.

2. Proses komunikasi secara sekunder

   > "Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Media kedua yang sering digunakan diantaranya adalah surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lain lain." (Effendy, 1984 : 11-17).

   Pentingnya peranan media yakni media sekunder dalam proses komunikasi, disebabkan oleh efisiensinya dalam mencapai komunikan

dalam jumlah yang amat banyak. Jelas efisien karena dengan menyiarkan sebuah pesan satu kali saja, sudah dapat tersebar luas kepada khalayak yang begitu banyak jumlahnya, bukan satu jutaan, melainkan puluhan juta, bahkan ratusan juta, seperti misalnya pidato kepala negara yang disiarkan melalui radio atau televisi.

2.2 Tinjauan tentang Komunikasi Antarpribadi

Seperti komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadipun mempunyaijenis-jenisnya yang berbeda dengan bentuk komunikasi yang lain. MenurutOnong Uchjana Effendy bahwa Secara teoritis komunikasi antarpribadidiklasifikasikan menjadi dua jenis menurut sifatnya, yakni:

1. Komunikasi Diadik *(Dyadic Communication)*

   Komunikasi diadik adalah komunikasi antarpribadi yang berlangsung antar dua orang yakni yang seorang adalah komunikator yang menyampaikan pesan dan seorang lagi yang menerima pesan.Oleh karena pelaku komunikasinya dua orang, maka dialog yang terjadi berlangsung secara intens, komunikator memusatkan perhatiannya hanya pada diri komunikan itu.

2. Komunikasi Triadik *(Triadic Communication)* adalah komunikasiantarpribadi yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni seorangkomunikator dan dua orang komunikan. Apabila dibandingkan dengankomunikasi diadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, Karenakomunikator memusatkan perhatiaanya hanya pada seorang

komunikan,sehingga ia dapat menguasai frame of reference komunikan, sepenuhnyajuga umpan balik yang berlangsung, merupakan kedua factor yang sangatberpengaruh terhadap efektif tidaknya proses komunikasi. (1993:62)

2.2.1 Faktor-faktor Pembentuk Komunikasi Antarpribadi

Setiap kegiatan yang dijalankan oleh manusia dikarenakan timbul faktor-faktor yang mendorong manusia tersebut untuk melakukan suatu pekerjaan.Begitu pula dengan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh pihak-pihak yang terlibat, didorong oleh faktor-faktor tertentu.Mengapa manusia ingin melaksanakan komunikasi dengan yang lainnya, khususnya jenis komunikasi antarpribadi yang sifatnya langsung dan tatap muka antar pihak yang melaksanakan kegiatan komunikasi tersebut.

2.2.2 Fungsi-fungsi Komunikasi Antarpribadi

Adapun fungsi komunikasi antarpribadi menurut Allo Liliweri terdiri atas:

a. Fungsi sosial

Komunikasi antar pribadi secara otomatis mempunyai fungsi social, karena proses komunikasi beroperasi dalam konteks social yang orang-orangnya berinteraksi satu sama lain. Dalam keadaan demikian, maka fungsi social komunikasi antarpribadi mengandung aspek-aspek:

1. Manusia berkomunikasi untuk mempertemukan biologis dan psikologis
2. Manusia berkomunikasi untuk memenuhi kewajiban sosial.
3. Manusia berkomunikasi untuk mengembangkan hubungan timbal balik.
4. Manusia berkomunikasi untuk meningkatkan dan merawat mutu diri sendiri
5. Manusia berkomunikasi untuk menangani konflik.

b. Fungsi pengambilan keputusan

Seperti yang telah diketahui bersama bahwa manusia adalah makhluk yang dikaruniai akal sebagai sarana berpikir yang tidak dimiliki oleh semua makhluk di muka bumi. Karenanya ia mempunyai kemampuan untuk mengambil keputusan dalam setiap hal yang harus dilaluinya. Pengambilan keputusan meliputi penggunaan informasidan pengaruh yang kuat dari orang lain. Ada dua aspek dari fungsi pengambilan keputusan jika dikaitkan dengan komunikasi yaitu:

1. Manusia berkomunikasi untuk membagi informasi
2. Manusia berkomunikasi untuk mempengaruhi orang lain

Tujuan pokok dalam berkomunikasi adalah untuk mempengaruhi orang lain, dan menjadikan diri kita sebagai suatu agen yang dapat mempengaruhi, agen yang dapat menentukan atas lingkungan kita menjadi suatu yang kita maui (Sugiyo,

2005: 9). Berdasarkan pendapat tersebut dapat dirumuskan bahwa tujuan komunikasi antarpribadi adalah:

a. Untuk memahami dan menemukan diri sendiri.
b. Menemukan dunia luar sehingga dapat dengan mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan.
c. Membentuk dan memelihara hubungan yang bermakna dengan orang lain,
d. Melalui komunikasi antarpribadi, individu dapat mengubah sikap dan perilaku sendiri dan orang lain,
e. Komunikasi antarpribadi merupakan proses belajar
f. Mempengaruhi orang lain
g. Mengubah pendapat orang lain
h. Membantu orang lain.

Dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi antarpribadi adalah untuk dapat bersosialisasi dengan orang lain, membantu orang lain. Melalui komunikasi antarpribadi ini kita dapat menjadikan diri sebagai suatu agen yang dapat mengubah diri dan lingkungan sesuai dengan yang kita kehendaki, selain itu komunikasi ini juga bertujuan sebagai suatu proses belajar menuju perubahan yang lebih baik.

2.3 Tinjauan tentang Gaya Hidup

2.3.1 Definisi Gaya Hidup

Gaya hidup menurut *Kotler (2002, p. 192)*adalah pola hidup seseorang di dunia yang iekspresikan dalam aktivitas, minat, dan citra dirinya. 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, p. 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, p. 282), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup,bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu13. Selain itu, gaya hidup menurut *Suratno dan Rismiati* (2001, p. 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.

Dalam Gaya Hidup terbagi oleh 3 yaitu :

1. **Aktivitas** yaitu proses untuk menjalankan atau berpartisipasi dalam berdasarkan yang hidup. Aktivitas juga bisa diartikan juga sebagai suatu kegiatan dimana seseorang melakukan suatu proses untuk menjalani kehidupan nya14. Akhir-akhir ini, biseksualitas telah diterima sebagai sebuah orientasi seksual tersendiri. Namun, kurangnya penerimaan oleh kaum gay dan lesbian serta kaum heteroseksual membuat penyusunan identitas biseksual sangat menantang.
2. **Minat,** adalah suatu perhatian khusus terhadap suatu hal tertentu yang tercipta dengan penuh kemauan dan tergantung dari bakat dan lingkungannya. Minat dapat dikatakan sebagai dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu dalam mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya.

   Sesuai pendapat yang dikemukakan Hurlock (1990:144), ―bahwa semakin sering minat diekspresikan dalam kegiatan maka semakin kuatlah

ia. Minat dapat menjadi sebab terjadinya suatu kegiatan dan hasil yang akan diperoleh. Minat adalah suatu pemusatan perhatian secara tidak sengaja yang terlahir dengan penuh kemauan, rasa ketertarikan, keinginan, dan kesenangan (Natawijaya, 1978:94)

Menurut Soesilowindradini dalam Bukunya Tuharjo,(1989:13),gaya hidup adalah ―suatu kegiatan yang dilakukan tidak sesuai minat akan menghasilkan prestasi yang kurang menyenangkan. Dapat dikatakan bahwa dengan terpenuhinya minat seseorang akan mendapatkan kesenangan dan kepuasan batin yang dapat menimbulkan motivasi. Purnama (1994:15) menjabarkan karakteristik individu yang memiliki minat tinggi terhadap sesuatu yaitu: adanya perhatian yang besar, memiliki harapan yang tinggi, berorientasi pada keberhasilan, mempunyai kebangggaan, kesediaan untuk berusaha dan mempunyai pertimbangan yang positif. Pendapat tersebut tidak jauh berbeda dengan pendapat Slameto dalam "TomiDarmawan,2007" yang menyatakan bahwa minat adalah rasa suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh, minat pada hakekatnya adalah penerimaan hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar dirinya, semakin kuat atau semakin dekat hubungan tersebut maka semakin besar minatnya.

3. **Citra diri** merupakan salah satu unsur penting untuk menunjukan siapa diri kita sebenarnya. Citra diri Ia juga merupakan konsep diri tentang individu seperti apa yang diangkapakan Maxwell Maltz dalam Bukunya Ranjit Singh Malhi,2005, *Enhancing Personal Quality*. Yang mengatakan bahwa Citra diri seseorang terbentuk dari perjalanan pengalaman masa lalu, keberhasilan dan kegagalan, pengetahuan yang dimilikinya, dan bagaimana orang lain telah

menilainya secara obyektif. Kita sering melihat diri kita seperti orang lain melihat kita. Citra diri juga bisa disebut dengan konsep diri.

2.3.2 Bentuk – bentuk Gaya hidup

Menurut Chaney (dalam Idi Subandy,1997) ada beberapa **bentuk gaya hidup**, antara lain :

a. Industri Gaya Hidup

Dalam abad gaya hidup, penampilan-diri itu justru mengalamiestetisisasi, "estetisisasi kehidupan sehari-hari" dan bahkantubuh/diri (body/self) pun justru mengalami estetisisasi tubuh.Tubuh/diri dan kehidupan sehari-hari pun menjadi sebuah proyek,benih penyemaian gaya hidup. "Kamu bergaya maka kamu ada!"adalah ungkapan yang mungkin cocok untuk melukiskankegandrungan manusia modern akan gaya. Itulah sebabnya industry gaya hidup untuk sebagian besar adalah industri penampilan.

b. Iklan Gaya Hidup

Dalam masyarakat mutakhir, berbagai perusahaan (korporasi), parapolitisi, individu-individu semuanya terobsesi dengan citra. Di dalamera globalisasi informasi seperti sekarang ini, yang berperan besardalam membentuk budaya citra (image culture) dan budaya cita rasa(taste culture) adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya visualyang kadang-kadang mempesona dan memabukkan. Iklanmerepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara

halus(subtle) arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik. Iklanjuga perlahan tapi pasti mempengaruhi pilihan cita rasa yang kitabuat.

c. Public Relations dan Journalisme Gaya Hidup

Pemikiran mutakhir dalam dunia promosi sampai pada kesimpulanbahwa dalam budaya berbasis-selebriti (celebrity based-culture),para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari parakonsumen kontemporer.Dalam budaya konsumen, identitas menjadisuatu sandaran "aksesori fashion". Wajah generasi baru yang dikenalsebagai anak-anak E-Generation, menjadi seperti sekarang inidianggap terbentuk melalui identitas yang diilhami selebriti(celebrity-inspired identity)-cara mereka berselancar di dunia maya(Internet), cara mereka gonta-ganti busana untuk jalan-jalan. Iniberarti bahwa selebriti dan citra mereka digunakan momen demimomen untuk membantu konsumen dalam parade identitas.

d. Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepadasesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan.Nalar adalah alat untuk menyusun strategi. Bertanggung jawabmaksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami betuk setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko

dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gayahidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagimemenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

e. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untukmencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa bentuk dari suatu gaya hidup dapat berupa gaya hidup darisuatu penampilan, melalui media iklan, modeling dari artis yang di idola kan, gaya hidup yang hanya mengejar kenikmatan sematasampai dengan gaya hidup mandiri yang menuntut penalaran dan tanggung jawab dalam pola perilakunya.

2.3.3 Faktor Pembentuk Gaya Hidup

Menurut pendapat Amstrong (dalam Nugraheni, 2003) gaya hidupseseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individuseperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakanbarang-barang dan jasa, termasuk didalamnya

proses pengambilankeputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Lebih lanjutAmstrong (dalam Nugraheni, 2003) menyatakan bahwa faktor-faktoryang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu factor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasaldari luar (eksternal).

A. Faktor Internal

- **Sikap.**

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

- **Pengalaman dan pengamatan**.

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

- **Kepribadian.**

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

- **Konsep diri.**

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsepdiri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amatluas untuk menggambarkan hubungan antara konsep dirikonsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandangdirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsepdiri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilakuindividu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karenakonsep diri merupakan frame of reference yang menjadi awalperilaku.

- **Motif.**

  Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

- **Persepsi**.

  Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

B. Faktor Eksternal

- **Kelompok referensi.**

  Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruhlangsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilakuseseorang.Kelompok yang

memberikan pengaruh langsungadalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanyadan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang member pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidakmenjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruhtersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gayahidup tertentu.

- **Keluarga.**

  Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalampembentukan sikap dan perilaku individu.Hal ini karena pola asuhorang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidaklangsung mempengaruhi pola hidupnya.

- **Kelas sosial.**

  Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsure pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat yaitu kedudukan (status) dan peranan.Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak - haknya serta kewajibannya.Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran.Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

- **Kebudayaan.**

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat.Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

2.4. Tinjauan Mengenai Single Parent

2.4.1.PengertianSingle Parent

*Single parent*adalah orang yang melakukan tugas sebagai orang tua (ayah dan ibu) seorang diri, karena kehilangan/terpisah dari pasangannya.

Single parent(Orang tua tunggal) – merupakan fenomena yang terjadi di beberapa kota besar, yang menghasilkanpandangan baru dalam sebuah struktur keluarga. Meluasnya fenomena menjadi orangtua tunggal, maka semakin banyak pula lah deskripsi definisi dari *single parent*itu sendiri. Menurut Gunawan(2006) *single parent*adalah orang yang melakukan tugas sebagai orang tua(ayah atau ibu) seorang diri, karena kehilangan/ terpisah dengan pasangannya. Sementara menurut Sager (dalam Duval & Miller,1985) *single parent*adalah orang tua yang memelihara dan membesarkan anak- anaknya tanpa kehadiran dan dukungan dari pasangannya.

*Single parent.*Seiring dengan semakin meluasnya fenomena menjadi orangtua tunggal, maka semakin banyak pula lah deskripsi definisi dari *single parent* itu sendiri. Menurut Gunawan(2006)

Single parent adalah orang yang melakukan tugas sebagai orang tua(ayah atau ibu) seorang diri, karena kehilangan/ terpisah dengan pasangannya. Sementara menurut Sager (dalam Duval & Miller,1985)orang tua tunggal (*single parent)*adalah orang tua yang memelihara danmembesarkan anak- anaknya tanpa kehadiran dan dukungan dari pasangannya.