

**REPRESENTASI GAYA HIDUP GENERASI STROBERI
PADA MEDIA SOSIAL**

Disusun dan diajukan oleh

MUSYORAFAH

F062212001



**PROGRAM MAGISTER KAJIAN BUDAYA
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

**REPRESENTASI GAYA HIDUP GENERASI STROBERI
PADA MEDIA SOSIAL**

Tesis

sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar magister

Program Studi Kajian Budaya

Disusun dan diajukan oleh

MUSYORAFAH
F062212001

kepada

**PROGRAM MAGISTER KAJIAN BUDAYA
FAKULTAS ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2023**

TESIS

**REPRESENTASI GAYA HIDUP GENERASI STROBERI
PADA MEDIA SOSIAL**

Disusun dan diajukan oleh:

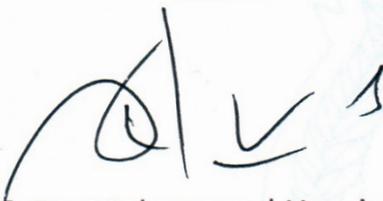
MUSYORAFAH

Nomor Pokok: F062212001

Telah dipertahankan di depan panitia ujian tesis
pada tanggal 30 Oktober 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat

Menyetujui,

Ketua



Prof. Dr. Muhammad Hasyim, M.Si.
NIP 196710281994031004

Sekretaris



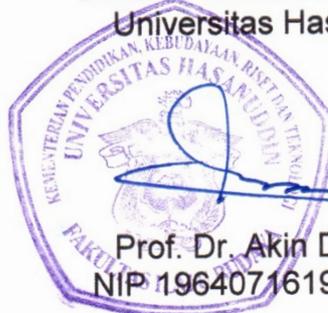
Dr. Andi Faisal, S.S., M.Hum.
NIP 197303271999031002

Ketua Program Studi
Magister Kajian Budaya



Dr. Andi Faisal, S.S., M.Hum.
NIP 197303271999031002

Dekan Fakultas Ilmu Budaya
Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. Akin Duli, M.A.
NIP 196407161991031010

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS DAN PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa, tesis berjudul “Representasi Gaya Hidup Generasi Stroberi pada Media Sosial” adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing (Prof. Dr. Muhammad Hasyim, M.Si sebagai Pembimbing Utama dan Dr. Andi Faisal, M.Hum sebagai Pembimbing Pendamping). Karya ilmiah ini belum diajukan dan tidak sedang diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka tesis ini. Sebagian dari isi tesis ini telah dipublikasikan di Jurnal (Jurnal Ilmiah Global Education, Volume 4, 1717-1730, dan <https://doi.org/10.55681/jige.v4i3.1208>) sebagai artikel dengan judul “Representasi Gaya Hidup Generasi Stroberi pada Instagram”.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya berupa tesis ini kepada Universitas Hasanuddin.

Makassar, 16 November 2023



Musyorafah

NIM F062212001

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat, hidayah dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan tesis dengan judul “**REPRESENTASI GAYA HIDUP GENERASI STROBERI PADA MEDIA SOSIAL**”. Dalam tesis ini, peneliti memaparkan gaya hidup generasi stroberi di media sosial dengan teori representasi. Penulisan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Magister Kajian Budaya Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Hasanuddin. Dalam proses penelitian ini, tidak luput dari berbagai rintangan dan hambatan. Dalam penulisan tesis ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang ditemukan. Selain itu masih jauh dari apa yang diharapkan, karena keterbatasan peneliti.

Peneliti mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya kepada **Bapak Prof. Dr. Muhammad Hasyim, M.Si.** selaku pembimbing satu yang telah memberikan waktu dan pemikirannya dalam mengarahkan, membimbing, serta memotivasi peneliti. Kepada **Bapak Dr. Andi Faisal, M.Hum** selaku pembimbing dua yang telah mengarahkan dan memberikan masukan mulai dari awal penyusunan rencana penelitian hingga selesainya tesis ini.

1. Prof. Dr. AB. Takko Bandung, M.Hum., Dr. Ery Iswary, M.Hum dan Dr. Fierenziana Getruida Junus, M.Hum. selaku penguji yang telah banyak memberikan saran dan masukan demi kesempurnaan tesis ini.
2. Prof. Dr. Jamaluddin Jompa, M.Sc selaku Rektor Universitas Hasanuddin.
3. Prof. Dr. Akin Duli, M.A selaku Dekan beserta Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ilmu Budaya Universitas Hasanuddin.
4. Dr. Andi Faisal, M.Hum selaku Ketua Program Studi S2 Kajian Budaya, serta seluruh bapak/ibu dosen pengasuh mata kuliah atas curahan ilmu pengetahuan selama masa studi.

5. Seluruh staf administrasi administrasi Universitas Hasanuddin, khususnya staf Program Magister Fakultas Ilmu Budaya, atas seluruh bantuannya dalam perampungan berkas-berkas yang menunjang penyelesaian studi peneliti.
6. Kedua Orang Tuaku (Bapak Latang dan Ibu Murni) dan Suamiku (Bapak Anwar Arlan) yang telah memberikan motivasi, kasih sayang dan bantuan materiil.

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan baik dari kuantitas maupun kualitas, saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak sangat kami harapkan demi perbaikan penelitian ini. Terima kasih.

Makassar, Agustus 2023

Musyorafah

ABSTRAK

MUSYORAFAH. *Representasi Gaya Hidup Generasi Stroberi pada Media Sosial* (dibimbing oleh Muhammad Hasyim dan Andi Faisal).

Remaja menampilkan berbagai gaya hidup di media sosial. Media sosial Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer digunakan pada kalangan remaja. Gaya hidup ditunjukkan melalui unggahan yang dibagikan di media sosial Instagram. Tujuan penelitian ini adalah merepresentasikan gaya hidup generasi stroberi di media sosial. Teori dasar yang digunakan adalah teori representasi Stuart Hall yang bertujuan menganalisis gaya hidup generasi stroberi melalui konstruksi identitas di media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menganalisis konstruksi identitas melalui foto, video, *caption*, dan music yang direpresentasikan melalui unggahan Instagram pada identitas selalu "Nongkrong dan menyukai hal instan, memakai gadget bermerek, membutuhkan "healing", dan kekinian pada *fashion*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup generasi stroberi menghasilkan identitas yang menyukai hal-hal yang serba instan dan praktis, membutuhkan healing, konsumtif, kekinian, dan melek terhadap teknologi. Unggahan tersebut memanfaatkan berbagai fitur yang ada di Instagram seperti profil dan bio, *feed*, *stories*, *direct message*, *reels*, *caption*, *hashtag*, komentar, *like*, lokasi, dan audio (musik dan lagu). Identitas tersebut sebagai bentuk, ekspresi, tampilan keseharian, *personal branding*, dan membangun popularitas di media sosial.

Kata kunci: representasi, gaya hidup, identitas, generasi stroberi, media sosial



ABSTRACT

MUSYORAFAH. *Representation of Strawberry Generation's Lifestyle on Social Media* (supervised by Muhammad Hasyim and Andi Faisal).

Teenagers display various lifestyles on social media. Instagram social media is one of the most popular social media used among teenagers. Lifestyle is shown through uploads shared on Instagram social media. The aim of this research is to represent the lifestyle of the strawberry generation on social media. The basic theory used is Stuart Hall's representation theory which aims to analyze the lifestyle of the strawberry generation through identity construction on the social media Instagram. This research used qualitative research by analyzing identity construction through photos, videos, captions, and music which were represented through Instagram uploads on the identity of always hanging out and liking instant things, using branded gadgets, needing healing, and being up to date with fashion. The results of this research show that the lifestyle of the strawberry generation produces an identity that likes things that are instant and practical, requires healing, is consumptive, contemporary, and technology literate. The upload utilizes various features on Instagram such as profile and bio, feed, stories, direct messages, reels, captions, hashtags, comments, likes, locations, and audio (music and songs). This identity is a form, expression, daily appearance, personal branding, and building popularity on social media.

Keywords: representation, lifestyle, identity, strawberry generation, social media



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
LEMBAR PENGAJUAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR ISTILAH	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN RELEVAN.....	8
2.1 Representasi	8
2.2 Gaya Hidup	10
2.3 Generasi Stroberi	13
2.6 Kerangka Pikir.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	22
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.3 Metode Pengumpulan Data	23
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1. Konstruksi Identitas Generasi Stroberi di Media Sosial Instagram	27
4.1 Pemanfaatan Fitur Instagram sebagai sarana Representasi Gaya Hidup Generasi Stroberi.....	55

4.3 Alasan Generasi Stroberi Merepresentasikan Gaya Hidup di Media Sosial Instagram	77
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	85
5.1. Simpulan	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR GAMBAR

1.1	Data Penggunaan Internet per Hari menurut Kelompok Usia.....	2
1.2	Alasan Responden Generasi Z Menggunakan Media Sosial.....	3
1.3	Unggahan tentang <i>Healing</i>	5
4.1	Foto Remaja Menikmati Secangkir Kopi.....	30
4.2	Foto Makanan Instan pada Kuliner.....	34
4.3	Foto Remaja Menikmati Makanan Instan.....	35
4.4	Foto Remaja Menikmati Pemandangan Air Terjun.....	37
4.5	Foto Remaja Menikmati Pemandangan Laut.....	39
4.6	Foto Remaja Memperlihatkan Iphone.....	44
4.7	Foto Akun Jasa <i>Screenshot</i> Iphone.....	46
4.8	Foto Remaja dengan <i>Fashion</i> Warna Kue.....	50
4.9	Foto Remaja dengan <i>Fashion</i> Warna Mamba.....	51
4.10	Foto Remaja dengan <i>Fashion</i> Warna Bumi.....	52
4.11	Fitur Bio dan Profil.....	54
4.12	Fitur <i>Feeds</i>	56
4.13	Fitur Story.....	58
4.14	Fitur <i>Direct Message</i>	61
4.15	Fitur <i>Reels</i>	62
4.16	Fitur <i>Caption</i>	64
4.17	Fitur Hashtag.....	66
4.18	Fitur Komentar.....	67
4.19	Fitur <i>Like</i>	69
4.20	Fitur Lokasi.....	71
4.21	Fitur Lagu.....	73

DAFTAR ISTILAH

Istilah	Arti dan Penjelasan
<i>Chillax</i>	Gabungan dari dua kata bahasa Inggris, yaitu “ <i>chill</i> ” dan “ <i>relax</i> ”. Kedua kata tersebut sangat mirip artinya , yang menandakan bahwa “ <i>chillax</i> ” adalah tenang dan bersantai.
<i>Healing</i>	Proses penyembuhan atau pengobatan. Di media sosial, kebanyakan memaknainya dengan liburan dan piknik.
<i>Insecure</i>	Kondisi merasa tidak aman, cemas, khawatir terhadap kemampuan diri sendiri.
<i>Nongkrong</i>	Digunakan untuk berkumpul bersama teman-teman di suatu tempat. Melibatkan pembicaraan segala macam hal, mulai dari yang remeh sampai yang serius.
<i>Overthinking</i>	Kecenderungan memikirkan dan khawatir terhadap sesuatu secara berulang-ulang dan berlebihan.
<i>Self Reward</i>	Bentuk menghargai diri sendiri dan bentuk menghargai hal yang telah diperjuangkan

BAB I

PENDAHULUAN

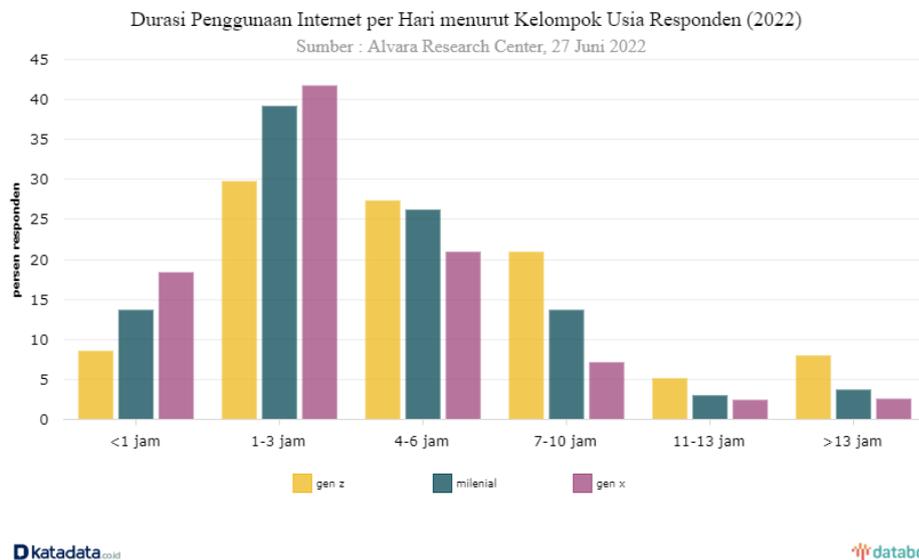
1.1 Latar Belakang Masalah

Remaja saat ini sangat kreatif dan inovatif. Khususnya remaja Generasi Z yang lahir antara tahun 1995 hingga 2010. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya inovasi yang ditemukan oleh remaja, serta berbagai bentuk kreativitas yang dibagikan dalam media sosialnya. Hingga 63% Generasi Z tertarik melakukan berbagai hal kreatif dengan beraktivitas di komunitas dan jejaring sosial. (The Harris Poll, 2020).

Inovasi tersebut tertanam dalam kehidupan sehari-hari. Rasa ingin tahu yang besar mendorong remaja untuk terus berinovasi dan berkreasi di bidangnya masing-masing. Wijoyo dkk. (2020:37) menjelaskan bahwa Generasi Z lahir pada masa transisi perkembangan teknologi. Adanya teknologi yang memberikan kemudahan membuat Generasi Z menyukai hal-hal instan dalam bekerja. Hal ini mempengaruhi kondisi mental dan cara bekerja.

Generasi Z tumbuh dengan berbagai inovasi teknologi seperti *smartphone*, jejaring sosial, dan lain-lain. Kehidupannya menjadi sangat bergantung pada teknologi. Remaja mengutamakan ketenaran media sosial dengan melakukan hal-hal yang sensasional. Di ruang media sosial, realitas teks, gambar, foto, dan video dapat dengan mudah disunting, disaring, dipotong, dan disimulasikan sesuai imajinasi pengguna (Baudrillard, 1983). Kebutuhan akan popularitas menjadi alasan mengapa Generasi Z menjadi pengguna Internet terbesar. Berdasarkan laporan survei Alvara Research Center di katadata.co.id (2022), mayoritas pecandu atau pecandu internet adalah generasi Z. Dalam survei ini, pecandu internet adalah orang yang menggunakan internet lebih dari 7 jam/hari. Responden Generasi Z yang mengakses internet 7 hingga 10 jam sehari mencapai 20,9%.

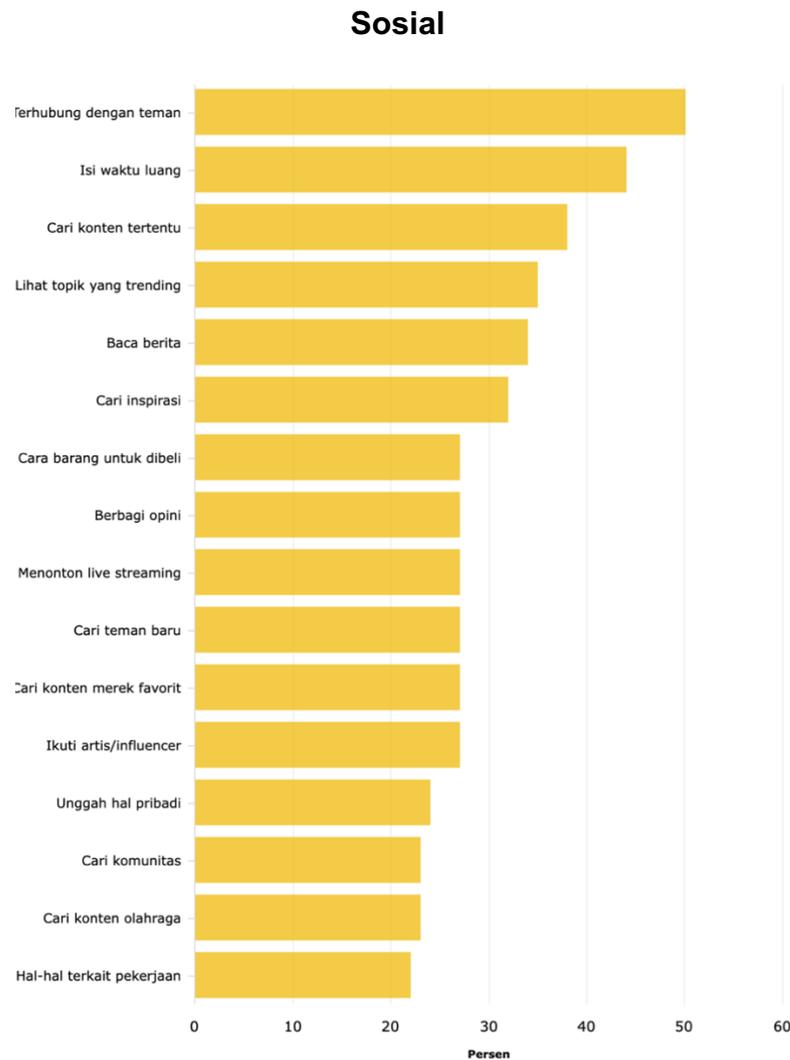
Gambar 1.1 Data Penggunaan Internet per Hari menurut Kelompok Usia



Sumber : katadata.co.id/ 24 November 2022

Generasi Z memanfaatkan media sosial untuk mencari hal-hal yang tidak tersedia dalam kehidupan sehari-hari. Generasi Z menggunakan media sosial karena berbagai alasan. Menurut hasil survei Global Web Index, 50% responden berusia 16-23 tahun di seluruh dunia mengaksesnya untuk terhubung dengan teman dan keluarga. Hingga 44% responden menggunakan jejaring sosial untuk mengisi waktu luangnya. Berikutnya, 38% responden menggunakan jejaring sosial untuk mencari konten tertentu, 35% mengevaluasi topik (tren) yang banyak dibicarakan, 34% membaca berita, dan 32% mencari sumber inspirasi.

Gambar 1.2 Alasan Responden Generasi Z Menggunakan Media



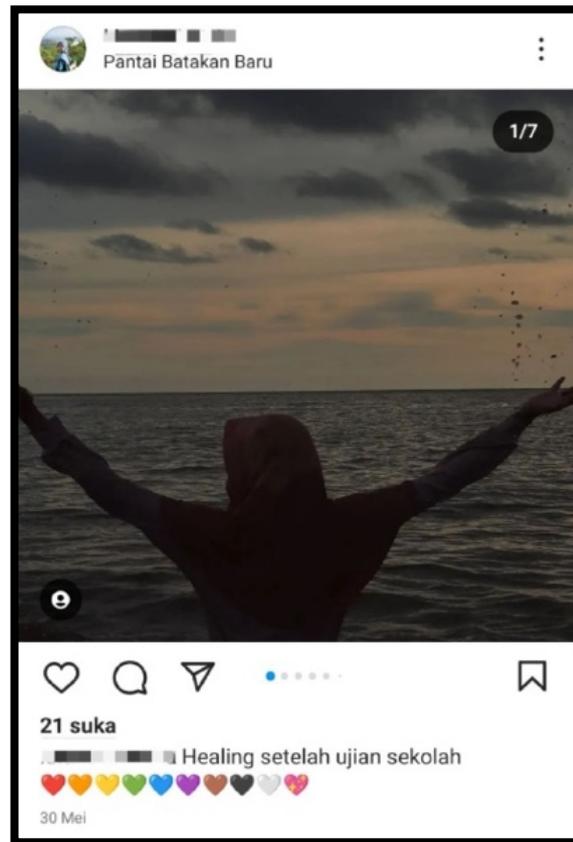
Sumber : katadata.co.id/ 24 November 2022

Generasi Z menggunakan media sosial untuk meneliti barang-barang yang akan dibeli, berbagi opini, menonton pertunjukan langsung, dan mengikuti artis masing-masing sebesar 27%. Hanya 22-24% responden Generasi Z yang mengunjunginya karena alasan profesional, mencari komunitas dengan minat yang sama, mengikuti acara olahraga, dan mengunggah kehidupan pribadinya secara *online*. Namun, ketika memuat barang-barang pribadi, Generasi Z tidak tahan dengan kritik dari orang lain. Oleh karena itu, sifatnya yang lembut itulah yang menjadikannya disebut generasi stroberi.

Dalam buku *The Strawberry Generation* karya Rhenald Kasali (2017:235), generasi ini merupakan generasi yang memiliki banyak ide kreatif, akan tetapi mudah menyerah dan rentan. Dibuktikan dengan banyaknya kasus terkait kesehatan mental yang terjadi pada remaja saat ini. Remaja tidak mampu mengatasi berbagai tekanan sosial dan pola asuh orang tua turut mempengaruhi rapuhnya generasi stroberi. Generasi stroberi dianggap sebagai remaja yang egois, sombong, lamban, mudah menyerah dan selalu pesimis terhadap segala hal. Generasi stroberi muncul karena remaja terlalu dini mendiagnosis penyakitnya sendiri tanpa mencari bantuan profesional. Remaja selalu berpikir terlalu banyak dan tidak yakin dengan apa yang akan dilakukan. Pendidikan orang tua juga berbeda, karena remaja dibesarkan dalam kondisi yang lebih sejahtera dibandingkan generasi sebelumnya.

Generasi stroberi memiliki aspek positif dan negatif. Sisi positifnya adalah menyukai tantangan baru, pekerjaan tidak selalu fokus pada uang. Generasi stroberi berani mengemukakan pendapat, dan mudah beradaptasi dengan teknologi baru. Sisi negatifnya adalah sering terjebak dalam zona nyaman, kurang rasa tanggung jawab, mudah menyerah, dan memiliki ekspektasi yang tidak realistis dalam hidup. Dalam penelitian ini, gaya hidup generasi stroberi akan diwakili oleh seluruh tanda yang ditampilkan di jejaring sosial. Dari musik favoritnya, foto, video yang dibagikan hingga kesulitan dan kerapuhan hidup. Dalam penelitian ini akan dipilih media sosial terpopuler yang digunakan seperti Instagram,

Gambar 1.3 Unggahan tentang *Healing*



Sumber : <https://instagram.com> (25 Desember 2022)

Pada media sosial generasi stroberi menampilkan gaya hidup yang konsumtif dan kerapuhan yang dimiliki. Hal tersebut demi mendapat perhatian dan kepopuleran. Misalnya pada *caption* pada Instagram yang menuliskan *healing* setelah ujian. Padahal secara harfiah berdasarkan artikel Lab Psikologi (2022), *self healing* dapat didefinisikan sebagai kegiatan atau perilaku yang bertujuan untuk menyembuhkan diri. Sementara itu, jika dilihat dari bidang keilmuan psikologi, *self healing* didefinisikan sebagai proses penyembuhan yang didorong atau dimotivasi oleh diri sendiri dan biasanya diakibatkan oleh gangguan psikologis atau trauma.

Berdasarkan fakta ini menarik untuk diteliti mengenai gaya hidup generasi stroberi yang menampakkannya di media sosial. Pada

penelitian ini, media yang dipilih adalah instagram. Media sosial instagram dipilih karena lebih fokus pada visual. Selain itu melalui instagram, remaja merasa lebih leluasa mengungkapkan identitas personalnya pada akun khusus yang telah dibuatnya. Akun instagram yang dimiliki oleh remaja, terkadang lebih dari satu akun. Ada akun yang diperuntukkan untuk membagikan kehidupan sekolah dan ada akun khusus membagikan kehidupan pribadinya. Hal yang dibagikan, untuk diperlihatkan kepada pengikutnya. Jumlah pengikut di instagram menjadi standar kepopuleran di media sosial. Generasi stroberi yang selalu ingin menunjukkan diri dan menguasai media sosial instagram. Selain itu, kepopuleran lebih mudah didapatkan di instagram dengan berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan untuk menambah kepopuleran.

Diharapkan penelitian ini dapat merepresentasikan identitas pada tampilan gaya hidup di media sosial dan memaparkan cara dan alasan identitas tersebut direpresentasikan. Identitas dalam penelitian ini adalah sesuatu yang melekat pada pribadi seseorang, sedangkan gaya hidup pada penelitian ini adalah pola konsumsi pada penggunaan uang dan waktu. Selain itu penelitian ini, memberi kontribusi terhadap perkembangan kajian budaya dan dengan memahami gaya hidup generasi stroberi di media sosial instagramnya. Sehubungan dengan hal tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Representasi Gaya Hidup Generasi Stroberi pada Media Sosial”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penemuan awal penelitian, maka masalah dalam penelitian ini dapat peneliti rumuskan sebagai berikut :

1. Gaya hidup dan identitas apa yang ditampilkan pada media sosial generasi stroberi?
2. Bagaimana gaya hidup dan identitas tersebut dikonstruksi oleh generasi stroberi pada media sosial?
3. Mengapa gaya hidup dan identitas tersebut dikonstruksi pada media sosial?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk merepresentasikan gaya hidup generasi stroberi pada media sosial

1. Gaya hidup yang ditampilkan di media sosial generasi stroberi.
2. Identitas yang dikonstruksi melalui representasi gaya hidup generasi stroberi.
3. Hal yang melatarbelakangi generasi stroberi menampilkan identitasnya di media sosialnya.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat secara praktis dan teoretis. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoretis
 - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan data-data kualitatif yang berkaitan dengan analisis tekstual tentang representasi.
 - b. Untuk menambah bahan bacaan, serta referensi yang berkaitan dengan penelitian representasi dan studi analisis tekstual.
2. Manfaat Praktis
 - a. Menambah wawasan tentang representasi gaya hidup generasi stroberi di media sosial.
 - b. Memberikan pemahaman tentang cara dan alasan generasi stroberi merepresentasikan dirinya di media sosial

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN RELEVAN

2.1 Representasi

Representasi adalah cara dunia dikonstruksi secara sosial dan disajikan kepada diri sendiri dan oleh diri sendiri dengan cara yang bermakna. Bahkan unsur-unsur inti dari kajian budaya dapat dipahami karena kajian budaya sebagai praktik yang bermakna. Hal ini menuntut untuk mengeksplorasi produksi makna dalam teks. Hal ini juga memerlukan investasi pada cara-cara di mana makna diciptakan dalam konteks yang berbeda. Selain itu, ekspresi budaya dan makna material terkandung dalam bunyi, prasasti, benda, gambar, buku, majalah, dan acara televisi. Hal tersebut diproduksi, ditafsirkan, digunakan dan dipahami dalam konteks sosial tertentu, (Barker, 2016:15).

Menurut Stuart Hall (1997:15) dalam bukunya yang berjudul Representation:

Cultural Representation and Signifying Practices, "The concept of representation has come to occupy a new and important place in the study of culture. Representation connects meaning and language to culture. But what exactly do people mean by it! What does representation have to do with culture and meaning? One common-sense usage of the term is as follows: 'Representation means using language to say something meaningful about, or to represent, the world meaningfully, to other people.' You may well ask. 'Is that all? Well, yes and no. Representation is an essential part of the process by which meaning is produced and exchanged between members of a culture."

Dalam kutipan tersebut, konsep representasi memiliki peranan penting dalam studi budaya. Representasi menjadi penghubung antara makna dan bahasa dengan budaya. Representasi berarti menggunakan bahasa untuk mengatakan sesuatu yang bermakna, atau untuk mewakili suatu hal kepada orang lain. Representasi merupakan bagian penting dari proses penciptaan makna dan pertukaran antar anggota sebuah budaya.

Teori representasi digunakan untuk menganalisis gaya hidup generasi stroberi melalui representasi yang tercermin pada media sosialnya. Menurut Hall ada tiga pendekatan dalam teori representasi yaitu pendekatan reflektif (*reflective approach*), pendekatan intensional (*intentional approach*), dan pendekatan konstruksionis (*constructionist approach*) (Hall, Stuart 1997:25). Pendekatan reflektif melihat makna dari objek, manusia, ide, atau kejadian dalam dunia nyata. Dalam hal ini, bahasa berfungsi sebagai "cermin" untuk merefleksikan makna yang sebenarnya dalam konteks kehidupan masyarakat. Di lain pihak, pendekatan intensional justru menyatakan bahwa makna dari sebuah objek berasal dari pembuatnya yang menentukan makna apa yang terkandung dalam sebuah objek. Jadi bahasa dimaknai sesuai dengan pemaknaan si penggunanya.

Pendekatan yang ketiga adalah pendekatan konstruksionis. Pendekatan ini melihat makna dari aspek karakter sosial bahasa. Dalam pendekatan konstruksionis, makna dibuat oleh pembuatnya, sehingga menghasilkan *preferred meaning* atau makna yang dikehendaki. Makna-makna tersebut digunakan untuk mewakili konsep-konsep tertentu dalam masyarakat. Walaupun demikian, masyarakat dapat menentukan maknanya sendiri berdasarkan budaya dan sistem representasi yang dimiliki dan digunakan untuk membentuk berkomunikasi dengan sesamanya. Pendekatan inilah yang akan digunakan dalam penelitian ini untuk gaya hidup generasi stroberi pada media sosial.

2.1.1 Representasi *Online*

Jill Walker Rettberg (2014:1) berpendapat bahwa ada tiga bentuk representasi diri dalam lingkungan *online*: tertulis, visual, dan kuantitatif. Proposisi yang membedakan konteks ini cukup jauh dari konteks lain yang menjadi fokus dalam pembahasan tentang representasi *online*. Bentuk komunikasi diri tertulis dan visual mengacu pada aktivitas pribadi atau masing-masing seperti *blog* dan *selfie*. Representasi diri kuantitatif merujuk pada banyak jejak diri yang ditinggalkan melalui pelacakan aktivitas dan teknologi pengawasan *online*.

Beberapa di antaranya memiliki nilai, seperti nilai yang ditemukan dalam penggunaan aplikasi pemantauan tidur, atau monitor kebugaran seperti Fitbit (dan sekarang *Apple Watch*). Tetapi tentu saja sebagian dari data itu juga memiliki nilai bagi orang lain, seperti pengiklan atau pemerintah, dan sering kali mengasumsikan nilai ekonomi bagi perusahaan yang memilikinya. Bentuk terakhir dari representasi diri kuantitatif sebagian besar tidak terlihat oleh diri sendiri, tetapi merupakan komoditas berharga yang luar biasa. Bentuk representasi diri tertulis dan visual menjadi fokus utama, tetapi akan menyentuh kuantitatif dengan mengacu pada model bisnis yang menopang dan membingkai yang pertama sebagai aktivitas yang memiliki 'nilai guna' di luar individu. Ini berarti mempertimbangkan ideologi konsumerisme dan kapitalis yang lebih luas yang menopang misalnya pada penggunaan situs jejaring sosial (Kidd, 2016: 63).

2.2 Gaya Hidup

David Chaney (2004:50) dalam buku *Lifestyles : Sebuah Pengantar Komprehensif* mengasumsikan bahwa gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, atau biasa juga disebut modernitas. Artinya masyarakat yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan konsep gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri dan tindakan orang lain. Gaya hidup terdiri dari pola tindakan yang membedakan seseorang dengan orang lain. Gaya hidup membantu memahami (yakni menjelaskan dan bukan membenarkan) apa yang orang lakukan, mengapa melakukannya, dan apakah yang dilakukan bermakna bagi dirinya maupun orang lain. Gaya hidup berjalan sebagai seperangkat ekspektasi yang bertindak sebagai suatu bentuk kontrol terkendali terhadap munculnya ketidakpastian sosial masyarakat (*Mass Society*). Ekspektasi-ekspektasi tersebut bukanlah perintah atau keharusan.

David Chaney (2004) membagi gaya hidup kontemporer menjadi tiga bagian yaitu tampakan luar, kedirian, dan sensibilitas. Dalam menjalani lokalitas modern apapun, seseorang biasanya menerima tanpa banyak tanya penampakan luar kehidupan perkotaan yang gemerlap. Mulai dengan putaran kaleidoskopik kerumunan. Dalam campuran aduk pakaian,

perabotan, dan tata krama. Penekanan terhadap penampakan luar sudah menunjukkan pentingnya penampilan cara-cara objek, tempat, seseorang menghadirkan dirinya atau dihadirkan.

Identitas (*identity*) dan diri (*the self*) seolah hal yang sama. Setidaknya kemungkinan untuk membedakan keduanya memang harus dipertimbangkan, tetapi untuk saat ini lebih mudah memikirkan istilah-istilah tersebut sebagai dua aspek dari seseorang pribadi, individualitas yang koheren. Individualitas dan identitas dapat terbenam di dalam pilihan-pilihan gaya hidup. Sensibilitas merupakan karakteristik gaya hidup yang penting. Ide sensibilitas sebagai cara menunjukkan afiliasi yang diterima bagi suatu kelompok yang dapat dikenali melalui contoh ide-ide, atau nilai-nilai tertentu, ataupun cita rasa musik, makanan, atau pakaian.

Kotler dan Armstrong (2018) menyatakan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang, yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor internal antara lain usia dan tahapan kehidupan, profesi, situasi ekonomi, kepribadian dan konsep diri, motivasi, persepsi dan kepercayaan terhadap sesuatu :

- Usia dan tahapan kehidupan merupakan hal yang mempengaruhi gaya hidup. Seiring bertambahnya usia, maka keinginan dan kebutuhan juga berubah. Gaya hidup pada remaja berkaitan dengan usia yaitu pakaian dengan model kekinian sesuai dengan usianya. Tahapan kehidupan menjadikan remaja memiliki pengalaman hidup, pengalaman yang didapatkan secara langsung, ataupun pengalaman yang didapatkan melalui akun media sosialnya. Pengalaman dari tahapan kehidupan menjadikan gaya hidup tersebut berubah-ubah.
- Profesi yang saat ini paling banyak diinginkan oleh remaja adalah konten kreator di media sosial. Passion dan minat yang kuat untuk menjadi remaja yang populer yang melatarbelakangi remaja ingin menjadi konten kreator. Kreativitas remaja dapat menjadi konten yang dibagikan di media sosial. Selain itu, profesi yang saat ini banyak dilakoni remaja adalah membuat usaha kecil seperti menjual pernak-

pernik untuk remaja. Usaha yang dilakukan sesuai dengan minat, kebutuhan dan gaya hidup remaja di sekitarnya. Memiliki profesi di usia muda menjadi suatu kebanggaan untuk remaja.

- Situasi Ekonomi menjadi faktor yang memiliki peranan penting dalam munculnya gaya hidup. Kebanyakan remaja belum memiliki orientasi yang jelas terhadap keuangan. Selain itu, belum memiliki perencanaan tentang dana darurat dan keuangan jangka panjang. Remaja cenderung lebih konsumtif terhadap sesuatu. Menggunakan uang secara berlebihan tanpa memikirkan apakah barang tersebut sesuai kebutuhannya.
- Kepribadian dan Konsep Diri. Kepribadian merupakan karakteristik individu dan cara seseorang berperilaku, untuk membedakan perilaku dari tiap-tiap individu. Kepribadian individu ditentukan oleh faktor lain yaitu konsep diri. Konsep diri berkaitan dengan cara pandang diri terhadap diri sendiri. Konsep diri remaja terbagi menjadi empat yaitu citra diri, ideal diri, harga diri, peran diri, serta identitas diri.
- Motivasi, persepsi dan kepercayaan. Motivasi berkaitan dengan hal yang mendorong seseorang memilih gaya hidup. Gaya hidup yang dipilih berdasarkan persepsinya yang dilandasi dengan pengalaman yang telah dilaluinya. Persepsi antara remaja akan berbeda, karena pengalaman dan cara remaja menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan juga berbeda.

Faktor eksternal juga mempengaruhi gaya hidup seseorang. Adapun hal yang mempengaruhi gaya hidup secara eksternal adalah :

- Kelompok referensi yang merupakan kelompok yang secara langsung atau tidak langsung adalah kelompok yang individu-individunya menjadi anggota dan berinteraksi satu sama lain, sedangkan kelompok pengaruh tidak langsung adalah kelompok yang individu-individunya bukan anggota kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menyebabkan individu mengadopsi perilaku dan gaya hidup tertentu.
- Keluarga memegang peranan paling penting dan bertahan paling

lama dalam membentuk sikap dan perilaku setiap individu. Memang benar, teladan orang tua membentuk kebiasaan anak, yang secara tidak langsung mempengaruhi gaya hidup.

- Kelas sosial adalah kelompok yang relatif homogen dan kuno dalam suatu masyarakat, terorganisir secara hierarkis dan anggota setiap kelas mempunyai nilai, minat, dan perilaku yang sama. Ada dua unsur utama dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peran. Kedudukan sosial adalah kedudukan seseorang dalam lingkungan sosial, gengsi ditinjau dari hak dan kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai seseorang dengan usaha yang disengaja atau diperoleh sejak lahir.
- Kebudayaan mencakup pengetahuan, kepercayaan, seni, etika, hukum, dan adat istiadat yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Budaya mencakup segala sesuatu yang dipelajari dari model. Perilaku normatif, meliputi ciri-ciri pola berpikir, perasaan, dan tindakan.

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup berasal faktor internal antara lain usia dan tahapan kehidupan, profesi, situasi ekonomi, kepribadian dan konsep diri, motivasi, persepsi dan kepercayaan terhadap sesuatu Faktor eksternal antara lain, kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

2.3 Generasi Stroberi

Generasi stroberi adalah istilah baru dalam bahasa Mandarin untuk orang Taiwan yang lahir setelah tahun 1981 yang “mementingkan diri sendiri” seperti stroberi, artinya tidak dapat menahan tekanan sosial atau bekerja sekeras generasi orang tua saya. Namun di Indonesia, istilah ini banyak dipopulerkan oleh Rhenald Kasali, generasi kelahiran 1997 ke atas. Namun menurut Rhenald Kasali, generasi ini tidak sekadar mengacu pada generasi yang lahir pada periode tertentu.

Dalam buku *The Strawberry Generation* karya Rhenald Kasali (2017: 235), Generasi stroberi adalah sebutan untuk generasi muda yang kreatif, mempunyai banyak ide cemerlang namun mudah hancur oleh tekanan

sosial dan tidak mau bekerja keras untuk mencapai apa yang diinginkannya. Gambarannya terdengar persis seperti stroberi yang sangat indah, namun jika diberi tekanan sekecil apa pun, buahnya akan cepat busuk. Generasi stroberi selalu ingin mendapatkan sesuatu dengan segera, meskipun tidak semuanya dapat tercipta dengan segera, akan tetapi memerlukan usaha yang tidak mudah.

Ketika menghadapi sesuatu yang sulit, cenderung menghindari masalah dibandingkan mencoba hal tersebut. Generasi stroberi juga memiliki tingkat kemalasan yang tinggi; ingin sukses, tetapi yang dilakukan hanyalah bersantai. Di sisi lain, sebagian anak mempunyai semangat juang yang tinggi untuk mencapai kesuksesan. Kata-kata *healing* atau menyegarkan sering dijadikan kata kunci dalam unggahan generasi stroberi di media sosialnya. Generasi ini menghadapi masalah dengan memilih menghindari masalah tersebut. *self-reward* sudah menjadi kata favorit, yang sebenarnya hanya sia-sia berkedok *self-reward*, karena merasa perlu untuk menghargai diri sendiri. Namun, jika Anda tidak sadar, hal ini merupakan salah satu bentuk gaya hidup konsumen yang menimbulkan sampah.

Perilaku memaafkan dan bekerja keras untuk mencapainya juga diperlukan. Namun, penghargaan terhadap diri sendiri tidak selalu merupakan hal yang positif. Menghargai diri sendiri terlalu sering akan menyebabkan terjerumus ke dalam lubang hitam penghargaan terhadap diri sendiri. Segala kelebihan bukanlah hal yang baik, dan juga tidak memberi imbalan pada diri Anda sendiri. Jika disalahgunakan maka akan menjadi orang yang berperilaku konsumtif demi kepuasan diri (Wahyuningsari, D, 2022). Inilah beberapa faktor yang berkontribusi terhadap munculnya generasi stroberi.

Dari faktor-faktor tersebut terbentuklah beberapa ciri generasi stroberi. Karakteristik memiliki sisi positif dan negatif. Sisi negatif dari ciri-ciri generasi stroberi adalah: 1) Merasa berhak atas diri sendiri tetapi tidak menyadari kenyataan yang terjadi. Hal ini dipengaruhi oleh kebiasaan orang tua yang dianggap terlalu pilih-pilih, atau lingkungan orang tua yang “terlalu

santai”; 2) Saya tidak mau mengambil tanggung jawab dan tidak berusaha memperbaikinya. Cenderung mengandalkan orang lain untuk menyelesaikan masalah; 3) Generasi stroberi dinilai rapuh menghadapi kenyataan hidup. Biasanya hal ini diikuti dengan sifat yang mudah mengeluh, mudah menyerah, bahkan mudah marah; 4) Memiliki ekspektasi yang tidak realistis terutama di dunia kerja. Generasi stroberi sering dipandang sebagai pribadi yang lambat bekerja, membangkang, manja, egois, dan sombong.

Selain memiliki sisi negatif, karakteristik positif juga dimiliki oleh generasi stroberi yakni : 1) Bekerja tidak hanya demi uang, misalnya bekerja sesuai passion, sehingga dapat fokus pada pengembangan diri. Itulah kenapa generasi stroberi pintar memunculkan ide-ide brilian, kreatif, dan lebih unggul dari generasi sebelumnya; 2) Menyukai tantangan untuk mengasah kemampuan. Hal ini akan membantu dalam pengembangan karier dan kehidupan profesional di masa depan; 3) Tidak takut menyampaikan pendapat, lugas, tidak takut, dan berani menyampaikan ide-ide cemerlang serta dan mendorong inovasi baru demi kemajuan; 4) *Update* dengan perkembangan zaman dan teknologi. Generasi stroberi secara aktif menggunakan Internet dan teknologi terkini untuk membantu perusahaan mengembangkan inovasi dan teknologi guna meningkatkan daya saingnya.

2.4 Identitas

Identitas merupakan sesuatu yang melekat pada pribadi seseorang. Melalui identitas, seseorang memiliki pembeda dari yang lainnya. Identitas yang melekat menjadi ciri khas, seseorang akan menjadi mudah untuk diingat. Selain itu, identitas bagi remaja itu penting agar dapat menunjukkan dirinya berbeda dari remaja lainnya. Identitas pengertiannya dibagi menjadi dua, yakni identitas diri dan identitas sosial (Barker, 2016 :425). Identitas diri yakni bagaimana melihat diri sendiri atau konsepsi-konsepsi yang dipegang atau yakini tentang diri sendiri dan identifikasi emosional dengan deskripsi-deskripsi tentang diri sendiri. Identitas sosial adalah harapan-harapan dan pendapat-pendapat yang orang lain miliki tentang diri sendiri. Subjektivitas dan identitas adalah produksi-produksi kultural yang khas dan

dipengaruhi oleh banyak faktor. Reportase budaya tentang diri sendiri di dunia barat berasumsi bahwa memiliki diri yang sejati, memiliki identitas yang dapat dikenali, identitas dapat dideskripsikan melalui bentuk-bentuk representasi, serta identitas dapat dikenali oleh diri sendiri dan orang lain.

Setiap orang memiliki “esensi” diri yang disebut identitas. Dengan demikian, ada satu esensi baku tentang femininitas, maskulinitas orang-orang Asia, anak-anak muda, dan semua kategori sosial lainnya. Di sisi lain ada anti esensialisme, yaitu ide bahwa identitas adalah sesuatu yang plastis atau mudah diwujudkan dalam bentuk yang lain yang ditekankan oleh argumen-argumen. Giddens (1991) menggambarkan identitas sebagai proyek. Identitas adalah sesuatu yang selalu berada dalam proses, gerak menuju alih-alih suatu kedatangan. Proyek identitas terbangun atas dua dasar, yaitu apa yang menurut diri sendiri adalah yang sesungguhnya di bawah pengaruh situasi-situasi di masa lalu dan masa sekarang, dan apa yang menurutnya akan menjadi diri sendiri kelak, yaitu trayek masa depan yang diharapkan.

Menurut Weeks dalam Barker (2016 : 430), identitas adalah tentang kesamaan dan perbedaan, tentang yang personal dan yang sosial, “tentang apa yang sama-sama dimiliki dengan sejumlah orang lainnya dan tentang apa yang membedakan diri sendiri. Identitas bukan hanya soal gambaran diri, melainkan juga pengakuan sosial. Identitas sepenuhnya bersifat sosial dan kultural tanpa elemen-elemen ahistoris. Di mana dengan adanya identitas ada pembeda yang berkaitan dengan atribut jasmani seperti umur dan gender yang menjadi hal yang fundamental dalam semua masyarakat sesuai dengan pendapat dari Giddens.

2.5 Penelitian Relevan

Penyusunan tesis merujuk pada teori, pendapat para ahli dan peninjauan dari hasil penelitian sebelumnya, yang berorientasi pada ditemukannya beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang dilakukan. Meskipun terdapat keterkaitan pembahasan, akan tetapi penelitian ini berbeda dengan penelitian terdahulu. Adapun beberapa penelitian yang relevan.

Penelitian terdahulu yang ditulis Diana Safinda Asran (2020), berjudul Konstruksi Identitas *Niqabis* Melalui *Selfie* di Media Sosial. Meneliti tentang bagaimana *niqabis* menggunakan unggahan, terutama foto *selfie* untuk mengkonstruksi identitasnya melalui Instagram. Analisis pada dua akun selebgram yang menunjukkan bahwa identitas tersebut dibentuk melalui foto *selfie* yang dilengkapi caption.

Kenny Andinia Savitri (2008), dengan judul Representasi dan Identitas Konsumen dalam Tujuh Iklan J.CO Donut & Coffee. Pendekatan konstruksionis digunakan dalam penelitian ini untuk menekankan proses pembentukan makna melalui bentuk representasi, dan semiotika Barthesian merupakan teori yang dipilih untuk mengkaji citra donat dalam per iklan. Penelitian ini menjelaskan bahwa donat dihadirkan sebagai sesuatu yang bergengsi, canggih, berkelas, berharga, mewah, eksklusif, dan unggul.

Diah Kartini Lasman (2010), berjudul Representasi identitas kaum muda imigran di Prancis dalam lagu rap karya Rohff. Teori yang digunakan dalam tesis ini berfokus pada ekspresi dan identitas Stuart Hall, didukung oleh konsep identitas Kathryn Woodward. Hasil analisis menunjukkan bahwa dalam lagu-lagu rap Rohff, para imigran muda di Prancis dihadirkan sebagai sosok yang tertindas dan terpenjara oleh sistem di sekitarnya, baik sistem pemerintahan maupun sosial ekonomi.

Djuni Akbar (2002), berjudul Pembentukan gaya hidup melalui iklan televisi(studi analisis wacana kritis terhadap iklan ponsel di televisi). Studi ini memfokuskan pada iklan televisi, dimana dengan kemunculan berbagai stasiun televisi swasta baru maka pemirsa mendapatkan banyak pilihan, di samping itu iklan- iklan yang mensponsori suatu program tayangan juga semakin bertambah frekuensi tayangannya. Peneliti tertarik mengambil iklan media televisi karena beberapa alasan antara lain, karena media ini menampilkan aspek komunikasi yang cukup berbagai seperti pendengaran, penglihatan, demikian juga akibat tayangan iklan tersebut bagi masyarakat akan membentuk konsumerisme.

Nilla Silvianty Alamsyah (2011), berjudul Representasi Tokoh Perempuan Mandiri dalam Alih Wahana dari Buku Memoar ke Film *Eat Supplicate Love*. Penelitian ini bertujuan memperlihatkan ide representasi tokoh perempuan dalam alih wahana dari buku memoar ke film *Eat Supplicate Love*. Metode deskriptif analisis dengan teori feminisme tentang gender dan patriarki digunakan untuk melihat bagaimana tokoh-tokoh perempuan tersebut merepresentasikan ide perempuan sebagai bentuk perempuan ultramodern. Dari hasil analisis tampak bahwa tokoh perempuan-perempuan ultramodern dengan sengaja menampilkan tokoh-tokoh mandiri, pintar, berani bersuara dan tampil di depan umum, serta bersama-sama kaum laki-laki melakukan berbagai perjuangan dalam dunia ini.

Suharmono (2015), berjudul Masyarakat Konsumen dalam Novel Jalan Menikung Karya Umar Kayam Tinjauan Postmodern Jean Baudrillard. Penelitian ini bertujuan mengungkapkan masyarakat konsumen dalam novel Jalan Menikung karya Umar Kayam. Kerangka teori yang digunakan untuk mewujudkan keinginan tersebut adalah teori postmodern Jean Baudrillard. Konsep penting yang digunakan adalah perubahan nilai, simulasi, simulasi, surealisme dan masyarakat konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa di Jalan Menikung terjadi perubahan nilai berupa konsumerisme.

Muzdakir Muhlisin (2016), berjudul Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer Menurut Jean Baudrillard dalam Perspektif Aksiologi Max Scheler Kasus Iklan Televisi Tentang Produk Kecantikan di Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan dan menganalisis bentuk pemikiran dari Jean Baudrillard, khususnya dalam melihat gaya hidup masyarakat kontemporer dan iklan yang ditampilkan di televisi dalam perspektif aksiologis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa periklanan merupakan alat bagi produsen untuk menciptakan hasrat konsumen yang terus menerus dan tidak terbatas terhadap barang produksi melalui proses manipulasi dan penyesatan pada kemasan sebenarnya.

Annas FitriaSa'adah (2015), berjudul Konsep Diri dalam Gaya Hidup Konsumtif Perspektif Teori Kepribadian Carl R. Rogers. Teori kepribadian

Rogers digunakan sebagai objek formal dalam penelitian ini, khususnya mengkaji gaya hidup konsumsi manusia. Hasil penelitian ini pertama menunjukkan bahwa landasan eksistensi manusia dengan gaya hidup konsumtif adalah kebebasan. Kedua, teori kepribadian Carl R. Rogers mendasarkan pada manusia dan dunia yang dipandang oleh manusia itu sendiri.

Hanna Aulia (2019), berjudul Pemasaran Gaya Hidup dalam Komoditas Hijab (Analisis Resepsi *Followers* Perempuan Pada Akun Instagram *Influencer* Hijab & Busana @Dianpelangi). Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggabungkan metode Analisis Resepsi Stuart Hall dan Relasi Teks Abrams. Analisis Resepsi dalam penelitian ini digunakan untuk melihat bagaimana *audiens* menciptakan (*garbling*) dan menerima (*decoding*) pesan media, sedangkan Relasi Teks Abrams digunakan untuk melihat hubungan semesta teks yang terjadi pada audiens sebagai aspek yang mempengaruhi interpretasi. Nurul Fadhillah S (2020). berjudul Komodifikasi Gaya Hidup Halal dalam Iklan Televisi Wardah *Perfect Bright Moisturizer*. Metode penelitian yang digunakan adalah semiotika dari Roland Barthes yang melihat makna denotatif, konotatif, dan mitos dalam sebuah iklan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga model produk pada iklan Wardah *Perfect Bright Moisturizer* yang dikaitkan dengan citra Ayana sebagai model iklan: pakaian, produk dan interaksi.

Setelah memaparkan penelitian terdahulu, maka penelitian yang dilakukan memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu. Persamaannya pada objek penelitian yang menggunakan media sosial instagram. Selain itu, penelitian yang relevan yang dipilih juga menggunakan teori representasi. Pada penelitian Kenny Andinia Savitri (2008) membahas tentang representasi dan identitas menggunakan teori Roland Barthes, sedangkan teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori representasi Stuart Hall. Pada penelitian Diah Kartini Lasman (2010) juga menggunakan teori Stuart Hall, akan tetapi tidak mengkaji media sosial.

Pada penelitian Djuni Akbar (2002) dan Muzdakir Muhlisin (2016), serta Nurul Fadhillah S (2020) juga membahas gaya hidup melalui sebuah media. Media yang dipilih ada media elektronik yaitu televisi, sedangkan peneliti membahas tentang gaya hidup di media sosial Instagram. Pada penelitian Nilla Silvianty Alamsyah (2011) meneliti tentang representasi tokoh pada buku dan merupakan tokoh fiksi, sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti tentang representasi gaya hidup. Pada penelitian Suharmono (2015) dan Annas FitriaSa'adah (2015) meneliti tentang masyarakat konsumtif, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, juga menemukan gaya hidup konsumtif. Untuk penelitian Hanna Aulia (2019) menggunakan penelitian dengan objek penelitian media sosial Instagram.

2.6 Kerangka Pikir

