

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU
GAYA HIDUP KADER ANGGKATAN MUDA GEREJA PROTESTAN
MALUKU**

**THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA USAGE ON THE LIFESTYLE
BEHAVIOR OF YOUTH CADRES OF THE PROTESTANT CHURCH OF
MALUKU**

**VITALONA CRY SANTINI PAAYS
E022221051**



**PROGRAM PASCASARJANA ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU
GAYA HIDUP KADER ANGKATAN MUDA GEREJA PROTESTAN
MALUKU**

TESIS

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi

Ilmu Komunikasi

Disusun dan Diajukan Oleh:

VITALONA CRY SANTINI PAAYS
E022221051

Kepada

**PROGRAM PASCASARJANA ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

TESIS

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU GAYA
HIDUP KADER ANGGKATAN MUDA GEREJA PROTESTAN MALUKU**

Disusun dan diajukan oleh

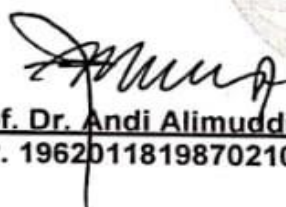
VITALONA CRY SANTINI PAAYS

E022221051

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam
rangka penyelesaian Studi Program Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
pada tanggal **13 Agustus 2024**
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

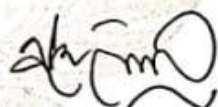
Menyetujui

Pembimbing Utama,



Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si.
NIP. 196201181987021001

Pembimbing Pendamping,



Dr. Arianto, S.Sos. M.Si.
NIP. 197307302003121002

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi,

Prof. Dr. Muh. Akbar, M.Si
NIP. 196506271991031004

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik Universitas Hasanuddin,

Prof. Dr. Phil. Sukri, S.IP., M.Si
NIP. 197508182008011008

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vitalona Crysantini Paays

NIM : E022221051

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Sebagian atau keseluruhan tesis ini karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar,

Yang Menyatakan



Vitalona Crysantini Paays

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan pimpinan-Nya yang telah diberikan selama pengerjaan tesis ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Gaya Hidup Kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku” ini dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si. selaku dosen pembimbing I dan Bapak Dr. Arianto, S. Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan waktu, arahan, bantuan, dan dukungan kepada penulis selama proses bimbingan sehingga tesis ini dapat diselesaikan.

Rasa hormat dan terima kasih juga kepada Bapak Dr. Muliadi Mau, S. Sos. M.Si., Bapak Dr. H. Muhammad Farid, M.Si., dan Ibu Dr. Indrayanti, S.Sos., M.Si. selaku tim penguji yang senantiasa memberikan arahan, masukan, dan perbaikan dalam penyempurnaan tesis ini. tak lupa Bapak Prof. Dr. Muhammad Akbar, M.Si. selaku ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin.

Pada kesempatan ini pula, penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Papa Aci, Mama Neny, Alia, Adety yang telah memberikan dukungan secara moral dan material kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan tesis ini guna meraih gelas magister.

2. Oma Inya dan Opa Neles (Alm.) yang senantiasa memberikan dukungan, doa, semangat, dan kepercayaan kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan jenjang magister ini.
3. Teman-teman seperjuangan kantin mace Andini, Andes, Mas Ebit, dan Bang Aidil yang selalu menemani, memberikan dukungan dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis.
4. Teman-teman sekaligus kakak-kakak untuk penulis kak Yuyun, kak Ulfa, kak Yulia, kak Iyank, kak Arni, kak Awang, kak Saldi yang selalu memberikan arahan bagi penulis.
5. Teman-teman fun badminton yang selalu membantu, memberikan dukungan dan masukan kepada penulis selama perkuliahan berlangsung.
6. Teman-teman S2 Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 yang turut memberikan dukungan dan semangat selama perkuliahan berlangsung.
7. Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku Ranting Getsemani Kudamati dan Ranting Go Tell Christ Hutumuri, dalam hal ini sebagai responden yang telah bekerjasama dan membantu penulis dalam pengisian kuesioner selama penelitian berlangsung.
8. Pihak-pihak lain yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam penulisan tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa apa yang dibahas dalam tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu diperlukan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak demi penyempurnaan penelitian selanjutnya. Akhir kata, penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Tuhan Yesus Memberkati

Makassar,

Vitalona Crysantini Paays

ABSTRAK

VITALONA CRY SANTINI PAAYS. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Gaya Hidup Kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku* (dibimbing oleh Andi Alimuddin Unde dan Arianto).

Perkembangan teknologi telah mengubah cara kita berkomunikasi, dan dalam konteks ini, media komunikasi digital juga memainkan peran dalam sebuah komunikasi. Media komunikasi digital seperti media sosial menjadi bentuk perubahan komunikasi manusia dalam era modern. Penelitian ini bertujuan: (1) menjelaskan tingkat penggunaan media sosial kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku; (2) menjelaskan perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku; dan (3) menjelaskan pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial terhadap perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku. Jenis penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Pengolahan data responden menggunakan software SPSS, dengan jumlah responden sebanyak 194 orang yang sesuai kriteria, yaitu kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku dengan rentang usia 17-45 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat penggunaan media sosial kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku adalah berada dalam kategori tinggi sebesar 66%. Hal ini menandakan bahwa sebagian besar responden memiliki pola penggunaan yang memungkinkan penggunaan secara teratur dan intensif dalam sehari. Perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku adalah berada pada kategori positif sebesar 84,5%. Penggunaan media sosial memainkan peran penting dalam memengaruhi perilaku gaya hidup baik dalam aspek hubungan sosial, pendidikan, pekerjaan, maupun dalam memenuhi kebutuhan mode sesuai gaya hidup yang terus berkembang. Terdapat pengaruh positif penggunaan media sosial terhadap perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku terlihat kecil, yakni sebesar 68,4%. Sedangkan sisanya ($100\% - 68,4\% = 31,6\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diujikan dalam penelitian ini.

Kata Kunci: media sosial, gaya hidup, kader, Angkatan muda gereja protestan maluku



ABSTRACT

VITALONA CRY SANTINI PAAYS. The Effect of Social Media Usage on the Lifestyle Behavior of Youth Cadres of Maluku Protestant Church (supervised by Andi Alimuddin Unde and Arianto)

The development of technology has changed the way we communicate, and in this context, digital communication media also play a role in communication. Digital communication media such as social media represent a form of human communication transformation in the modern era. This study aims to: (1) explain the level of social media usage among the youth cadres of the Protestant Church of Maluku, (2) explain the lifestyle behaviors of the youth cadres of the Protestant Church of Maluku, and (3) explain the significant effect of social media usage on the lifestyle behaviors of the youth cadres of the Protestant Church of Maluku. This type of research used a descriptive quantitative approach. The data processing of respondents was conducted using SPSS software with a total of 194 respondents meeting the criteria, i.e. the youth cadres of the Protestant Church of Maluku aged between 17-45 years. The research results show that the level of social media usage among the youth cadres of the Protestant Church of Maluku falls into a high category of 66%. This indicates that most respondents have a usage pattern that allows for regular and intensive use daily. The lifestyle behavior of the youth cadres of the Protestant Church of Maluku is in a positive category of 84.5%. The use of social media plays an important role in affecting lifestyle behaviors in aspects such as social relationships, education, work, and fulfilling fashion needs according to the continuously evolving lifestyle. There is a high positive effect of social media usage on the lifestyle behaviors of the youth cadres of the Protestant Church of Maluku, i.e. 68,4%. The remaining 31,6% is affected by other variables not tested in this study.

Keywords: social media, lifestyle, cadre, Young Generation of Maluku Protestant Church



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR ARTI LAMBANG.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Konsep	10
1. Media dan komunikasi digital	10
1.1. Media	10
1.2. Komunikasi digital.....	14
1.3. Karakteristik media komunikasi digital	15
1.4. Efek media komunikasi digital	17
2. Perilaku gaya hidup	18
2.1. Pengertian perilaku gaya hidup	18
2.2. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku gaya hidup	19
2.3. Jenis-jenis perilaku gaya hidup	22
2.4. Indikator perilaku gaya hidup.....	24
B. Kajian Teori.....	24
1. <i>Uses and gratification theory</i>	24
2. <i>Dependency theory</i>	29
C. Penelitian Terdahulu	32

D. Kerangka Pemikiran	38
E. Hipotesis	39
F. Definisi Konseptual	39
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
A. Rancangan Penelitian	40
B. Pendekatan dan Jenis Penelitian	40
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	41
D. Variabel dan Operasional Penelitian	41
1. Variabel bebas (X).....	41
2. Variabel terikat (Y)	41
E. Sumber Data	42
1. Data primer	42
2. Data sekunder	43
F. Populasi dan Teknik Sampel	43
G. Instrumen Penelitian	44
1. Observasi tidak langsung	44
2. Kuesioner	45
3. Uji validitas	46
4. Uji reliabilitas	47
H. Teknik Analisis Data	47
1. Asumsi klasik.....	47
2. Uji korelasi.....	48
3. Uji regresi linear sederhana.....	49
4. Uji hipotesis	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Gambaran Umum	51
1. Sejarah Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku.....	51
2. Tugas Pokok.....	53
3. Struktur Organisasi.....	64
B. Hasil Penelitian	65
1. Karakteristik Responden	65

2. Tingkat Penggunaan Media Sosial Kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku.....	71
3. Perilaku Gaya Hidup Kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku	77
4. Terdapat Pengaruh Positif Antara Penggunaan Media Sosial Terhadap Perilaku Gaya Hidup Kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku.....	88
C. Pembahasan	94
1. Tingkat Penggunaan Media Sosial Kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku.....	94
2. Perilaku Gaya Hidup Kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku	99
3. Terdapat Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Perilaku Gaya Hidup Kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku	100
BAB V PENUTUP.....	104
A. KESIMPULAN.....	104
B. SARAN.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....	106
Lampiran.....	110

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Penelitian terdahulu	35
Tabel 3. 1. Rancangan penelitian.....	40
Tabel 3. 2. Kategori penilaian.....	46
Tabel 3. 3. Kriteria korelasi.....	48
Tabel 4. 1. Klasifikasi jenis kelamin responden	66
Tabel 4. 2. Klasifikasi tingkat pendidikan responden	66
Tabel 4. 3. Klasifikasi usia responden	67
Tabel 4. 4. Keragaman jumlah media yang digunakan responden sehari-hari.....	68
Tabel 4. 5. Klasifikasi terpaan media.....	68
Tabel 4. 6. Relevansi usia dengan terpaan media.....	69
Tabel 4. 7. Relevansi jenis kelamin dengan terpaan media	70
Tabel 4. 8. Relevansi tingkat pendidikan dengan terpaan media	70
Tabel 4. 9. Klasifikasi responden berdasarkan keseringan menggunakan media sosial	71
Tabel 4. 10. Klasifikasi responden berdasarkan durasi menghabiskan waktu pada media sosial	72
Tabel 4. 11. Klasifikasi responden berdasarkan atensi dalam mengakses media sosial dalam sehari	73
Tabel 4. 12. Klasifikasi responden berdasarkan tingkat penggunaan media sosial kader angkatan muda gereja protestan maluku	74
Tabel 4. 13. Crosstabs jenis kelamin dan penggunaan media sosial kader angkatan muda gereja protestan maluku.....	74
Tabel 4. 14. Crosstabs pendidikan dan penggunaan media sosial kader angkatan muda gereja protestan maluku	75
Tabel 4. 15. Crosstabs ranting dan penggunaan media sosial kader angkatan muda gereja protestan maluku	76
Tabel 4. 16. Crosstabs jumlah media yang digunakan dalam sehari-hari dan penggunaan media sosial kader angkatan muda gereja protestan maluku	76
Tabel 4. 17. Klasifikasi jawaban responden berdasarkan aspek pekerjaan	77
Tabel 4. 18. Klasifikasi kategori responden berdasarkan aspek pekerjaan	78
Tabel 4. 19. Klasifikasi jawaban responden berdasarkan aspek hubungan sosial	79

Tabel 4. 20. Klasifikasi kategori responden berdasarkan aspek hubungan sosial	80
Tabel 4. 21. Klasifikasi jawaban responden berdasarkan aspek mode	81
Tabel 4. 22. Klasifikasi kategori responden berdasarkan aspek mode	82
Tabel 4. 23. Klasifikasi jawaban responden berdasarkan aspek pendidikan	83
Tabel 4. 24. Klasifikasi kategori responden berdasarkan aspek pendidikan	84
Tabel 4. 25. Klasifikasi kategori responden berdasarkan perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku	84
Tabel 4. 26. Crosstabs jenis kelamin dan perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku	85
Tabel 4. 27. Crosstabs pendidikan dan perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku	86
Tabel 4. 28. Crosstabs ranting dan perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku.....	87
Tabel 4. 29. Crosstabs media yang digunakan dan perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku.....	87
Tabel 4. 30. Crosstabs hubungan penggunaan media sosial dengan perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku	88
Tabel 4. 31. Uji Korelasi	89
Tabel 4. 32. Hasil uji persamaan regresi	90
Tabel 4. 33. Uji t.....	92
Tabel 4. 34. Uji determinasi	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Uses and gratification theory model	25
Gambar 2. Dependency theory model	30
Gambar 3. Kerangka pemikiran	38
Gambar 4. Struktur Organisasi Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku	64

DAFTAR ARTI LAMBANG

n	:	Jumlah sampel
N	:	Jumlah populasi
χ^2	:	Nilai chi kuadrat
P	:	Proporsi populasi
d	:	Galat pendugaan
K	:	Jumlah butir pertanyaan dalam suatu variabel
X	:	Penggunaan media komunikasi digital
Y	:	Perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku ranting <i>Go Tell Christ</i> di Hutumuri
r	:	Koefisien korelasi
A	:	Konstanta
B	:	Koefisien regresi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan aktivitas setiap orang yang menjadi jembatan untuk menghubungkan pemikiran, perasaan, dan informasi di antara individu. Komunikasi melibatkan penyampaian pesan dari satu pihak kepada pihak lain melalui berbagai cara seperti bahasa lisan, tulisan, ekspresi wajah, maupun isyarat tubuh. Lebih dari sekadar pengiriman informasi, komunikasi juga melibatkan pemahaman, interpretasi, dan tanggapan terhadap pesan yang diterima. Kemampuan untuk berkomunikasi dengan efektif adalah keterampilan yang penting dalam semua aspek kehidupan, baik dalam hubungan pribadi, profesional, maupun sosial.

Perkembangan teknologi telah mengubah cara kita berkomunikasi, dan dalam konteks ini, media komunikasi digital juga memainkan peran dalam sebuah komunikasi. Media komunikasi digital menjadi bentuk perubahan komunikasi manusia dalam era modern. Dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, media komunikasi digital menyediakan platform yang memungkinkan individu dan kelompok untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan terhubung secara cepat di seluruh dunia. Melalui media komunikasi digital seperti media sosial, website, youtube, dan platform kolaborasi online lainnya orang dapat dengan mudah mengirim

pesan gambar, dan video, serta berpartisipasi dalam diskusi dan pertukaran pemikiran dalam skala yang lebih luas.

Media digital, termasuk media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membentuk cara pandang, nilai, norma, maupun gaya hidup dalam bermasyarakat. Media sosial sebagai platform yang digunakan oleh banyak orang di seluruh belahan bumi, dimana menyediakan akses informasi secara cepat yang memungkinkan adanya komunikasi antar individu dan kelompok, media sosial juga memiliki pengaruh dalam pembentukan cara pandang dan perilaku individu. Kader AMGPM selaku individu yang menggunakan media sosial memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi dan nilai yang dipegang oleh organisasi gereja itu sendiri, selain sarana untuk hiburan dan mencari ide-ide. Oleh sebab itu, memahami cara media memengaruhi perilaku kader AMGPM menjadi penting.

Gaya hidup kader AMGPM mencerminkan bagaimana mengaktualisasikan ajaran agama dalam kehidupan, seperti kegiatan sehari-hari, hubungan sosial, mode, pekerjaan, dan kepedulian terhadap isu-isu sosial. Oleh sebab itu, kajian mengenai gaya hidup dapat memberikan wawasan tentang perubahan budaya dan sosial yang terjadi pada kader AMGPM menjadi penting.

Media komunikasi digital telah memengaruhi berbagai aspek gaya hidup, keduanya saling berhubungan. Media komunikasi digital dengan cepat dapat memberikan informasi kepada pengguna, pengguna dapat mengaksesnya dimana saja dan kapan saja. Media komunikasi digital dalam halnya pada media sosial memainkan peran penting dalam

membentuk gaya hidup penggunanya, video, konten, teks, dan foto pada media sosial dapat memengaruhi minat dan kebiasaan penggunanya, seperti fashion, travelling, hingga makanan.

Media komunikasi digital juga dapat memengaruhi dari segi Pendidikan, seperti kursus online dan tutorial online. Pengguna dapat mengasah keterampilannya dan pengetahuannya di berbagai bidang ilmu. Dengan adanya media komunikasi digital, pengaruh terlihat juga pada hubungan sosial, interaksi antar individu dapat menggunakan media sosial yang ada.

Pengguna media komunikasi digital saat ini berasal dari berbagai kalangan salah satunya kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku (AMGPM) yang merupakan sebuah organisasi persatuan pemuda-pemudi Kristen. Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku yang merupakan organisasi gerejawi memiliki kader-kader, dimana kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku adalah semua anggota Gereja Protestan Maluku yang berusia 17 – 45 tahun. Dengan adanya media komunikasi digital saat ini para kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku memanfaatkan platform tersebut sebagai media hiburan, informasi, maupun sarana belajar.

Kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku memiliki peran yang signifikan dalam kehidupan bermasyarakat, dalam aspek keagamaan maupun pengembangan social dan juga kontribusinya dalam masyarakat. Kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku belum banyak diteliti secara mendalam, sehingga ada ruang untuk penelitian baru.

Kemajuan teknologi saat ini membuat hampir sebagian manusia menggunakan media sosial dan website sebagai alat komunikasi yang utama, termasuk kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku. kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku sebagai bagian integral dari masyarakat Maluku, telah memanfaatkan media sosial dan website untuk berbagai tujuan seperti sarana informasi, memperluas jaringan sosial, hiburan hingga pembelajaran.

Databoks katadata (2022) mayoritas masyarakat Indonesia menghabiskan aktivitas online pada aplikasi pesan singkat dengan presentase responden sebesar 54,7%. Pada urutan kedua diduduki untuk aktivitas platform media sosial dengan presentase responden 49,8%. Kemudian urutan ketiga, masyarakat gemar menghabiskan waktu online untuk mencari informasi dengan presentase responden 47,5%. Dikutip dari beritabeta (2021), berdasarkan survei status digital indonesia tahun 2020 oleh Katadata Insight Center (KIC) dengan kementerian Kominfo RI, Ambon memiliki indeks literasi digital dengan skala 3,80. indeks literasi digital kota Ambon yang berada pada skala 3,00 hingga 4,06, dihitung berdasarkan presentase total pengguna platform digital maupun media sosial di Kota Ambon terhadap jumlah penduduk. Hal ini menunjukkan tingkat literasi digital yang relatif baik, dengan sebagian besar penduduk Kota Ambon memiliki kemampuan dan keterampilan yang memadai dalam menggunakan teknologi digital dan media sosial. Semakin tinggi angka indeksnya, semakin tinggi pula tingkat literasi digital masyarakat Kota Ambon.

Kehadiran media komunikasi digital rupanya berpengaruh terhadap perilaku gaya hidup masyarakat di Kota Ambon tidak terkecuali kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku. Adapun perubahan gaya hidup aspek pekerjaan, pekerjaan sebelum di terpa media dilakukan secara *face to face* bedahalnya dengan setelah adanya media digital pekerjaan dapat dilakukan baik secara offline maupun online dimana saja dan kapan saja selama memiliki koneksi internet. Aspek hubungan sosial, transformasi teknologi digital telah merubah hubungan sosial secara signifikan. Sebelum di terpa media digital, hubungan sosial dibangun melalui tatap muka maupun pertemuan sosial. Dengan adanya terpaan media digital terutama media sosial, hubungan sosial antar individu berubah seiring berjalannya waktu. Penggunaan platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan Whatsapp membuat individu dapat berkomunikasi tanpa batas secara virtual.

Adapun aspek mode, dilihat penggunaan media digital telah merubah pandangan industri mode secara signifikan. Sebelumnya mode dapat dilihat dari apa yang dibaca seperti majalah hingga peragaan busana, berbeda dengan adanya terpaan media digital pandangan mode telah berubah drastis, pengaruh media sosial, influencer, hingga konten secara online telah memperluas siklus mode. Pada kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku, dilihat pada acuan media sosial sering digunakan untuk mengidentifikasi tren terbaru dalam berbagai aspek maupun bidang. Sehingga apa yang banyak diperbincangkan atau dibagikan di media sosial

dapat menjadi indikator tren yang sedang berkembang. Cara berpakaian hingga penampilan rambut yang berubah, mencerminkan dirinya sendiri.

Perubahan yang signifikan juga terjadi pada dunia Pendidikan bagi kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku, sebelum adanya media digital pembelajaran dan informasi materi di dapat dari buku teks, interaksi langsung antara guru dan siswa. Namun, dengan adanya media digital, Pendidikan telah mengalami perubahan yang signifikan. Dimana akses informasi materi di dapat dari website, ebook, dan jurnal online. Pembelajaran juga dapat diakses secara online. Dengan berkembangnya dalam dunia Pendidikan, membuat Sebagian orang tertarik lebih untuk menimba ilmu ke jenjang yang lebih tinggi. Segala sesuatu yang telah di sajikan pada media digital membuat kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku tertarik untuk mencari informasi, ide, hingga hiburan di media sosial dan website.

Penelitian terdahulu, telah dilakukan penelitian mengenai media sosial. Penelitian Adawiyah (2020), dalam penelitian tersebut terdapat pengaruh yang signifikan antara Penggunaan Sosial Media TikTok dengan Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. Adapun perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian pengaruh media komunikasi digital terhadap perilaku gaya hidup, lebih luas diteliti mengenai media digital seperti situs web dan media sosial. Selain itu penelitian Anaqhi A. W., dan Z.A., (2023) terdapat perbedaan dengan penelitian pengaruh media komunikasi digital terhadap perilaku gaya hidup yaitu peneliti menganalisis bagaimana *trash-talking* di tiktok dapat menjadi strategi personal digital

branding. Berbeda hal dengan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh media komunikasi digital terhadap perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku.

Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku dengan menggunakan metode regresi linear sederhana yang di olah dengan software SPSS.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana tingkat penggunaan media sosial kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku?
2. Bagaimana perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku?
3. Apakah terdapat pengaruh positif antara penggunaan media sosial terhadap perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan tingkat penggunaan media sosial kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku.
2. Untuk menjelaskan perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku.
3. Untuk menjelaskan pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial terhadap perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian tesis ini, antara lain:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi ilmiah pada kajian tentang *new media* yang dapat membantu pengguna media komunikasi digital untuk memahami lebih dalam mengenai media memengaruhi perilaku gaya hidup.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai media komunikasi digital memungkinkan untuk memengaruhi dan merubah perilaku pengguna. Hasil penelitian ini dapat membantu dalam mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif untuk mendukung perubahan positif dalam gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku.
3. Secara metodologis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman tentang regresi linear sederhana, yang merupakan salah satu teknik statistic yang penting dalam analisis data.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Konsep

1. Media dan komunikasi digital

1.1. Media

Media adalah sarana komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada khalayak, media memiliki peran dalam membangun persepsi hingga interaksi sosial dalam masyarakat. Adapun beberapa bentuk yang termasuk dalam media yaitu televisi, majalah, radio, maupun computer. Menurut Djamarah dalam Triana (2021), media adalah suatu alat bantu yang dapat digunakan sebagai penyalur pesan guna mencapai tujuan. Defenisi lain oleh Rohani (2018), media adalah segala sesuatu yang dapat ditangkap oleh indera manusia dan berfungsi sebagai perantara, sarana, atau alat untuk proses komunikasi. Menurut Briggs (1977) dalam buku Arsyad (2009) yang berjudul model desain sistem pembelajaran:

"Media is a tool that is physically used to convey content. It can be in the form of books, video recorders, tape recorders, tapes, video cameras, pictures, graphics, television, or computers".

Berdasarkan definisi diatas, penulis menyampaikan bahwa media berfungsi sebagai alat, sarana, perangkat yang digunakan secara fisik untuk mengirimkan atau menyampaikan informasi kepada audiens dalam bentuk cetak dan audiovisual.

Media massa, menurut Bungin (2006) diartikan sebagai alat atau sarana untuk menyebarkan informasi seperti berita, opini, komentar, maupun hiburan. Media massa juga dapat di definisikan sebagai media komunikasi dan informasi yang beroperasi secara terus menerus dan dapat di akses oleh banyak orang.

Media baru atau media digital merupakan sarana atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan maupun informasi kepada audiens. Media digital berhubungan dengan konten yang dapat diakses dan diproses melalui perangkat elektronik seperti smartphone, komputer, dan tablet. Media digital meliputi website, platform media sosial, e-book, dan berbagai jenis konten digital lainnya. Media digital dapat diakses oleh berbagai kalangan usia dan dapat diakses dimana saja selagi terhubung ke internet.

Dalam Cangara (2021) dijelaskan media baru atau media digital merupakan sebuah terminology untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi ke dalam jaringan internet. Menurut Rice (1984):

“new media are communication technologies that enable or enhance interaction between users as well as interaction between users and content”.

Berdasarkan definisi diatas, dilihat dari segi teknologi komunikasi modern memberikan ruang untuk berinteraksi antara individu dengan berbagai jenis konten, seperti teks, gambar, maupun video. Media baru memiliki perangkat utama yang namanya satelit, kemudian komputer dan internet. Media baru sebagai jenis media yang berkaitan dengan internet yang memiliki kemampuan untuk menampilkan konten atau informasi

secara interaktif, sehingga mempermudah audiens merespons setiap informasi dengan mudah dan juga dapat berkomunikasi dan berkolaborasi dengan anggota lainnya.

Penjelasan McQuail (2000) mengenai media baru di kelompokkan menjadi empat kategori, antara lain:

1. Media komunikasi interpersonal yang terdiri dari handphone, dan E-mail.
2. Media bermain interaktif seperti komputer, video game, permainan dalam internet.
3. Media pencarian pengawasan yang berupa portal/search engine.
4. Media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar pengawasan, pendapat, pengalaman dan menjalin melalui komputer dimana penggunaannya tidak semata-mata untuk alat namun juga dapat menimbulkan efek dan emosional.

Adapun jenis media digital atau media baru, antara lain:

1) Media sosial

Media sosial merupakan platform yang digunakan oleh pengguna internet untuk berinteraksi, berbagi konten, dan terlibat dengan komunikasi online dengan orang lain. Dalam Kushwaha B. P. et.al. (2020):

“A rapid change in digital media is facilitating platforms for social communication with and without face-to-face interaction which is providing useful information and ease of use to customers. Social media is a key role player in influencing and attracting consumers behaviour and perception towards products or brands”.

Hal ini menjelaskan bahwa perkembangan yang begitu pesat dalam media digital memungkinkan adanya platform untuk berkomunikasi dengan

dan tanpa bertatap muka. Dalam hal ini media sosial berperan penting untuk memengaruhi dan menarik perilaku hingga pandangan audiens terhadap suatu produk atau merk.

Media social adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki mungkin merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein dalam putri (2016) mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content". Contoh media sosial seperti Tiktok, Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn.

Media sosial memainkan peran penting dalam berbagai aspek kehidupan modern. Sebagai platform yang digunakan oleh banyak orang di seluruh dunia, media sosial menyediakan akses terhadap informasi real-time dan memungkinkan interaksi yang cepat dan luas antara individu dan kelompok. Media sosial merupakan sumber data yang kaya dan beragam, dimana memberikan gambaran akurat mengenai tren, perilaku, dan preferensi pengguna. Data yang dikumpulkan dari media sosial mencakup berbagai aspek seperti demografi, minat, dan aktivitas online yang dapat dianalisis untuk mendapatkan wawasan lebih dalam. Selain itu, media sosial memungkinkan pengamatan langsung terhadap reaksi dan tanggapan masyarakat terhadap pertanyaan tertentu, yang dapat

digunakan untuk mengukur sentimen dan opini masyarakat secara lebih akurat.

2) Website

"Web" adalah singkatan dari "*World Wide Web*" (WWW), yang merujuk kepada sistem informasi yang terhubung di seluruh dunia melalui jaringan internet. WWW adalah salah satu komponen dari internet yang memungkinkan pengguna untuk mengakses dan berbagi informasi dalam bentuk halaman web yang saling terhubung. Setiap halaman web dapat memiliki alamat unik yang dikenal sebagai "Uniform Resource Locator" (URL) yang digunakan untuk mengakses halaman tersebut. Contoh web seperti blog, berita online, maupun iklan online.

1.2. Komunikasi digital

Komunikasi digital merujuk pada proses komunikasi secara digital atau *online* dalam pertukaran informasi dan pesan antar individu. Komunikasi digital melibatkan penggunaan perangkat elektronik seperti smartphone, tablet, dan komputer.

Dalam penjelasan Priyono (2022) komunikasi digital artinya komunikasi berbasis personal komputer buat mengirim serta mendapatkan pesan atau bertukar fakta lewat platform. Konsep komunikasi digital dapat berubah seiring perkembangan teknologi, dengan adanya komunikasi digital membuat manusia dapat berkomunikasi tanpa bertatap muka satu dengan yang lain.

Adapun Fleishman dalam Kurnia (2020), mendefinisikan

"Digital Communications Myriad of outbound communications tactics that leverage digital technology to deliver messages: e-mail, video,

text messaging, online advertising, paid search, optimized press releases, podcasts, vodcasts, etc”.

Berdasarkan definisi diatas, Fleishman menjelaskan Komunikasi digital merujuk pada pertukaran informasi menggunakan teknologi digital dan jaringan komputer. Media komunikasi digital merupakan sarana komunikasi berbasis personal komputer. Media komunikasi digital mencakup beragam platform seperti media sosial, website, dan e-mail untuk berinteraksi, saling bertukar informasi, dan komunikasi antara individu, kelompok, maupun organisasi melalui media elektronik. Media komunikasi digital juga berupa teks, video, gambar, ataupun audio.

Sama seperti Fleishman, Everett M. Rogers (1986) dalam buku Febriantina dkk. yang berjudul *organizational behavior (theory and research mapping)* (2023) melihat komunikasi digital sebagai perangkat keras dalam struktur organisasi yang mewujudkan nilai-nilai sosial dan memungkinkan setiap orang mengumpulkan, memproses, dan berbagi informasi dengan orang lain.

1.3. Karakteristik media komunikasi digital

Media komunikasi digital memiliki sejumlah karakteristik yang membedakannya dengan media komunikasi tradisional. Dalam Gushevinalt (2020) terdapat empat pengelompokan karakteristik media digital:

1. Desentralisasi

Desentralisasi yang berarti proses pengumpulan dan pemilihan berita atau informasi kini tidak sepenuhnya tergantung pada penyedia komunikasi. Dalam konteks ini, konvergensi media mengindikasikan kapabilitas untuk menghadirkan berbagai format

konten media melalui satu platform tunggal. Contohnya Kompas.com selain sebagai wadah berita online, Kompas juga menyediakan wadah bagi pembacanya dalam format blog, Bernama kompasiana.

2. Berkemampuan tinggi

Pengiriman media melalui kabel dan satelit dapat mengatasi hambatan komunikasi yang disebabkan oleh sinyal siaran lainnya. Salah satu aspek penting dari konsep konvergensi adalah kerja sama antara berbagai media. Dalam kerja sama ini, konvergensi bisa dilakukan oleh media dengan kepemilikan atau jenis media yang berbeda. Konvergensi yang terjadi seringkali berupa berbagi konten atau pertukaran informasi dalam penyajiannya.

3. Bersifat interaktif

Setiap pengguna komunikasi didalamnya dapat berinteraksi dua arah. Pengguna dapat memberikan tanggapan, menukar informasi, komentar, hingga berpartisipasi dalam diskusi secara langsung.

4. Fleksibel

Dengan adanya fleksibilitas, konten digital dapat dengan mudah diperbarui dan diubah sesuai dengan kebutuhan, dapat juga memungkinkan pengembangan dan penyesuaian pesan atau platform dengan cepat.

1.4. Efek media komunikasi digital

Pengaruh dari media komunikasi digital merupakan hasil dari penggunaan teknologi digital yang kian berkembang. Media komunikasi digital telah mengubah cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, maupun dalam mendapatkan informasi. Adapun beberapa pengaruh media komunikasi digital:

1. Perubahan berkomunikasi

Media komunikasi digital dapat mengubah cara berkomunikasi antar individu maupun kelompok. Hal ini dapat dilihat dari pesan yang disampaikan secara cepat melalui pesan teks, panggilan video, maupun platform media sosial. Perubahan dalam berkomunikasi dapat membuat antar individu tetap terhubung dimanapun tanpa hambatan waktu dan jarak.

2. Sosial dan psikologis

Penggunaan media komunikasi digital dapat memengaruhi psikologis pengguna. Dampak positifnya meliputi kemampuan untuk terhubung dengan orang lain dan mendapatkan dukungan sosial. Namun, penggunaan berlebihan atau konten yang merugikan dapat memengaruhi kesehatan mental dan emosional.

3. Akses informasi

Dengan adanya internet pengguna dapat mencari informasi mengenai berbagai topik, mengakses berita dari berbagai negara. Dalam hal ini, dapat memberikan kesempatan lebih besar untuk pengembangan diri.

4. Bisnis dan pemasaran

Media komunikasi digital dapat mengubah cara bisnis melakukan pemasaran dan berinteraksi dengan pelanggan. Perusahaan atau pelaku bisnis dapat menggunakan platform digital untuk beriklan dan berkomunikasi langsung dengan konsumen.

5. Perubahan dalam pendidikan

Penggunaan media komunikasi digital dalam pendidikan telah membawa perubahan dalam cara pembelajaran dan mengajar. Dimana pelajaran dapat diakses secara online, dan pembelajaran jarak jauh menjadi lebih umum.

2. Perilaku gaya hidup

2.1. Pengertian perilaku gaya hidup

Menurut KBBI gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari golongan manusia di dalam masyarakat. Definisi perilaku gaya hidup menurut David Chaney (2003) ialah pola-pola tindakan dalam membedakan antara satu dengan yang lain. Gaya hidup atau *lifestyle* merupakan keinginan ataupun kebutuhan manusia yang dapat berubah sesuai zamannya. menurut Salomon (1999):

“life style refers to pattern of consumption reflecting a person’s choices of he or she spend time and money”.

Definisi di atas menjelaskan bahwa, Perilaku gaya hidup pada prinsipnya adalah seseorang yang menggunakan waktu dan uang untuk keperluan ataupun keinginannya. Gaya hidup dapat memengaruhi perilaku seseorang dan akhirnya menentukan pilihan-pilihan seseorang.

Adapun Assael (1984) menjelaskan 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)”.

Berdasarkan penjelasan gaya hidup oleh Assael, bahwa gaya hidup merupakan cara seseorang menjalani hidup yang dapat dikenali dengan tiga aspek yaitu aktivitas, minat, dan pandangan pribadi audiens. Setiap orang berhak dan bebas memilih gaya hidupnya masing-masing baik itu gaya hidup mewah, gaya hidup sehat, gaya hidup yang sederhana dan sebagainya.

2.2. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku gaya hidup

Menurut Amstrong (dalam Nugraheni, 2003) gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Terlebih Amstrong menyatakan ada dua faktor yang memengaruhi perilaku gaya hidup yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal).

Faktor internal, antara lain:

a. Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan memengaruhi secara langsung pada perilaku.

b. Pengalaman dan pengamatan

Pengalaman dapat memengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

c. Kepribadian

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

d. Konsep diri

Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.

e. Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa nyaman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup hedonis atau gaya hidup yang mencari kesenangan saja.

f. Persepsi

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

Adapun faktor eksternal, antara lain:

a. Kelompok referensi

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

b. Keluarga

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

c. Kelas social

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 unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan atau 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.

d. **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.

2.3. Jenis-jenis perilaku gaya hidup

Menurut Mowen dan Minor dalam Simbolon (2020), Terdapat sembilan jenis gaya hidup yaitu sebagai berikut:

a. *Functionalist*

Aspek *functionalist* berfokus pada cara media komunikasi digital memenuhi kebutuhan atau fungsi tertentu dalam kehidupan suatu individu.

b. *Nurturers*

Penggunaan media komunikasi digital dapat memengaruhi perkembangan maupun pembentukan perilaku gaya hidup.

c. *Aspirers*

Penggunaan media komunikasi digital dapat memengaruhi harapan dan aspirasi individu terkait gaya hidup mereka.

d. *Experientials*

Aspek ini mengenai pengalaman subjektif individu dalam penggunaan media komunikasi digital dimana hal tersebut memengaruhi gaya hidup.

e. *Succeeders*

Aspek ini menjelaskan bagaimana penggunaan media komunikasi digital membantu individu dalam mencapai kesuksesan dalam menjalani gaya hidup.

f. *Moral majority*

Moral majority dalam hal ini mencakup bagaimana nilai-nilai dan norma sosial yang dominan dalam suatu masyarakat memengaruhi gaya hidup tersebut.

g. *The golden years*

Aspek ini mengacu pada penggunaan media komunikasi digital terhadap kelompok usia lanjut.

h. *Sustainers*

Aspek ini berkaitan dengan seberapa jauh penggunaan media komunikasi digital dapat mendukung perilaku gaya hidup yang telah diadaptasi.

i. *Subsisters*

Aspek ini mencakup bagaimana individu menggunakan media komunikasi digital dalam memenuhi kebutuhan dasar gaya hidup tersebut.

2.4. Indikator perilaku gaya hidup

Kotler dan Keller (2016) menjelaskan terdapat 3 indikator gaya hidup yaitu *activity, interest, and opinion*. Dalam penelitian ini indikator meliputi:

- 1) *Activity* terdiri dari: pekerjaan, hubungan sosial
- 2) *Interest* terdiri dari: mode (seperti gaya berbusana dan gaya rambut)
- 3) *Opinion* terdiri dari: Pendidikan

B. Kajian Teori

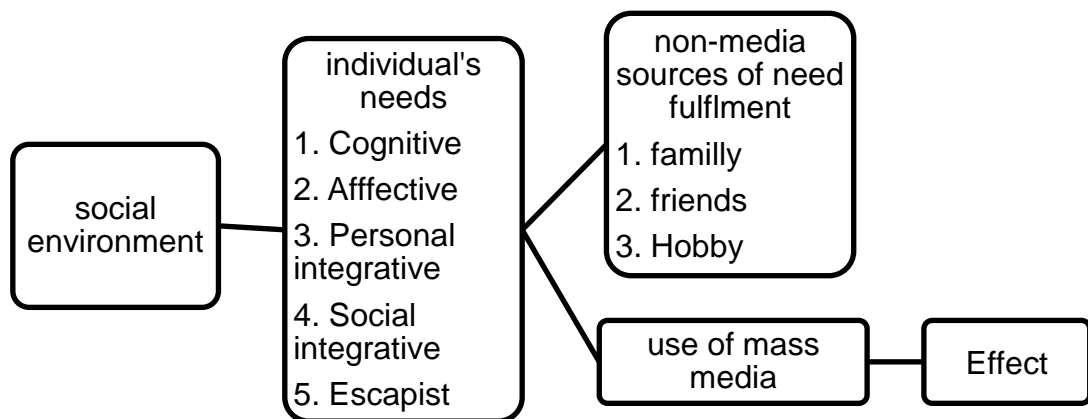
1. *Uses and gratification theory*

Uses and gratification theory atau teori penggunaan dan kepuasan merupakan salah satu teori paling populer dalam studi komunikasi massa. Teori ini mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan audiensi mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda yang disebabkan berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda di antara individu audiensi. Rubin (1994),

“claims that the main purpose of the U&G theory is to explain the psychological needs that affect individuals’ reason for using the media, as well as to explain the identification of the positive and negative consequences of individual media use”.

Teori penggunaan dan kepuasan memfokuskan perhatian pada audiensi sebagai konsumen media massa, dan bukan pada pesan yang disampaikan. Teori ini menilai bahwa audiensi dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif sekaligus diskriminatif. Audiensi dinilai mengetahui kebutuhan mereka dan mengetahui serta bertanggung jawab terhadap pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka tersebut, Morissan dalam Muskanan (2019).

Teori penggunaan dan kepuasan menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana individu sebagai konsumen media menjadi lebih banyak atau kurang aktif dan konsekuensi dari penggunaan media itu. Dalam perspektif teori penggunaan dan kepuasan audiensi dipandang sebagai partisipan yang aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan setiap individu tidaklah sama. Penggunaan media didorong oleh adanya kebutuhan dan tujuan yang ditentukan oleh audiensi sendiri, teori penggunaan dan kepuasan menjelaskan mengenai kapan dan bagaimana audiensi sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif menggunakan media dan akibat atau konsekuensi dari penggunaan media itu, Morissan dalam Muskanan (2019).



Gambar 1. Uses and gratification theory model
Sumber: Kriyanto (2010)

Uses and gratification theory model dijelaskan dalam Effendy (2003),

- 1) Cognitive

Kebutuhan yang berkaitan dengan informasi dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini di dasarkan oleh Hasrat untuk memahami lingkungan dan memuaskan rasa penasaran dan mendorong untuk mengetahui.

2) Affective

Kebutuhan yang berkaitan dengan pengalaman-pengalaman yang menyenangkan dan emosional.

3) Personal integrative

Kebutuhan ini berkaitan dengan kredibilitas, kepercayaan, dan status individual.

4) Social integrative

Kebutuhan ini berkaitan dengan kontrak dengan keluarga, teman, dan lingkungan.

5) Escapist

Kebutuhan yang terakhir ini berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan Hasrat akan keanekaragaman.

Terdapat lima asumsi dasar dari *uses and gratification theory* dalam West (2017), antara lain:

1. Audiens dianggap aktif dan penggunaan media memiliki orientasi tujuan.

Asumsi pertama, para anggota audiens dapat membawa tingkat perbedaan aktivitas terhadap penggunaan media, Anggota audiens juga dikendalikan untuk meraih tujuan melalui media. Anggota

audiens tidak hanya sebagai penerima pasif informasi melainkan juga aktif mencari dan berinteraksi dengan konten yang dipilih.

2. Inisiatif dalam menghubungkan kebutuhan gratifikasi kepada pilihan medium yang spesifik bergantung pada anggota audiens.

Asumsi kedua, teori ini menghubungkan pemenuhan kebutuhan dengan pilihan yang spesifik yang bergantung pada anggota audiens. Karena orang-orang adalah agen aktif, mereka akan mengambil inisiatif untuk memilih media yang sesuai dengan kebutuhan individu untuk mendapatkan kepuasan.

3. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk keperluan pemuasan.

Asumsi ketiga, Media dan audiens tidak berada dalam ruang kedap udara. Keduanya adalah bagian dari masyarakat luas dan hubungan antara media dan audiens dipengaruhi oleh masyarakat itu. Media saling bersaing dengan berbagai sumber lain dalam hal untuk memenuhi atau memuaskan berbagai kebutuhan dan minat audiens. Media merujuk kepada berbagai jenis platform komunikasi seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, media sosial, maupun situs web yang menyampaikan informasi, hiburan, atau konten lain kepada audiens.

4. Orang-orang memiliki kesadaran diri yang cukup terhadap penggunaan media, minat, dan motif untuk mampu menyediakan bagi peneliti dengan gambaran akurat mengenai kegunaannya.

Asumsi keempat, berhubungan dengan masalah metodologis yang berhubungan dengan kemampuan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang patut diandalkan dan akurat dari konsumen media. Dimana, mengacu pada kemampuan individu yang secara sadar memahami bagaimana mereka menggunakan media, minat, hingga tujuan dibalik penggunaan media.

5. Pemberian penilaian mengenai konten media hanya dapat dilakukan oleh audiens.

Asumsi kelima, peneliti harus menahan penetapan penilaian yang berhubungan dengan kebutuhan audiens untuk materi tertentu. Hal ini berarti, bahwa penentuan apakah suatu konten media dianggap baik atau buruk, bermanfaat atau tidak, atau apakah konten tersebut berhasil mencapai tujuannya, sepenuhnya ditentukan oleh tanggapan dari audiens yang mengonsumsinya.

Teori penggunaan dan kepuasan adalah khalayak yang pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi.

Dengan media baru maka adanya terpaan media, terpaan media merujuk pada paparan informasi dan pesan yang disebarkan kepada khalayak terhadap berbagai jenis media massa atau media digital. Menurut Ardianto (2014), terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai

pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok.

Terpaan media menurut Rosengren (1974) yaitu penggunaan media yang terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media, dan media yang dikonsumsi secara keseluruhan (Rakhmat, 2009). Terpaan media dapat diukur melalui dimensi-dimensi berikut:

1) Frekuensi

Mengumpulkan data seberapa kali seseorang menggunakan media komunikasi digital dan mengkonsumsi isi pesan dari media komunikasi digital.

2) Durasi

Menghitung berapa lama seseorang menggunakan media komunikasi digital dan mengkonsumsi isi pesan dari media komunikasi digital.

3) Atensi

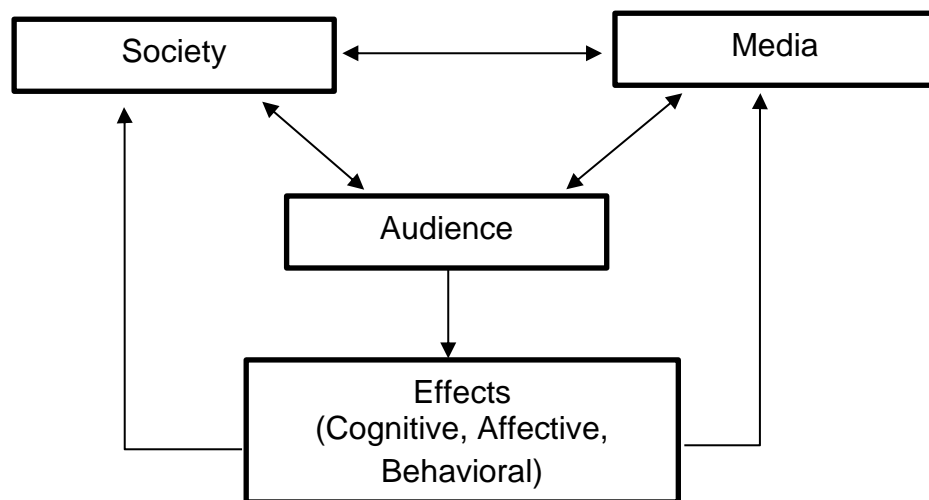
Tingkat atensi seseorang dalam menyimak suatu informasi dari media komunikasi digital. Hal ini meliputi, menonton dengan melakukan kegiatan lain, menonton dengan tidak melakukan kegiatan lain, dan menonton dengan melakukan diskusi.

2. ***Dependency theory***

Media system dependency theory atau teori ketergantungan media merupakan teori komunikasi yang dikembangkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur (1976) dalam "A Dependency Model of Mass-Media Effects":

“how where the nature of the tripartite relationship between audience-media-society is assumed to most directly determine the impact of the media on society and audience.”

Teori ketergantungan media ini menduga bahwa audiens tergantung pada informasi yang diberikan oleh media dalam rangka memenuhi kebutuhan maupun keinginan audiens. Teori ketergantungan terhadap media menjelaskan bahwa media memiliki peran penting dalam memengaruhi pengetahuan, emosi, maupun persepsi.



Gambar 2. Dependency theory model
Sumber: Rokeach & DeFleur, 1976

Model ini menunjukkan bahwa lingkungan dan media saling berinteraksi dengan audiens. Perkembangan teknologi telah mengubah lingkungan media dengan adanya platform digital seperti media sosial, situs web, maupun aplikasi *streaming*. Dengan semakin berkembangnya teknologi, hal ini memengaruhi audiens dalam mengakses informasi.

Hubungan antara tiga variabel utama (lingkungan, media, audiens) menentukan jenis efek sebagai output interaksi antara ketiganya. Dalam Rokeach dan DeFleur (1976) kajian terhadap efek sebagai berikut:

1) Ketergantungan kognitif

Seseorang akan lebih bergantung pada media yang dapat memenuhi sejumlah kebutuhannya sekaligus. Faktor ini berkaitan dengan informasi dan pengetahuan yang diperoleh audiens dari media. Adanya media membuat audiens cenderung mencari informasi maupun pengetahuan untuk memenuhi kebutuhan.

2) Ketergantungan affectif

Perubahan sosial dan konflik yang terjadi dapat menimbulkan perubahan pada media. Faktor ini berkaitan dengan aspek emosional dan hiburan yang diberikan oleh media kepada audiens. Ketergantungan aspek affectif terjadi Ketika individu mencari hiburan melalui media untuk mengatasi tekanan maupun kepuasan emosional.

3) Ketergantungan behavioral

Konsep yang lebih luas dan melibatkan perubahan dalam perilaku individu maupun kelompok sebagai hasil interaksi dengan media dan lingkungan.

C. Penelitian Terdahulu

Dalam kemajuan teknologi media komunikasi digital berperan untuk memberikan informasi. Penting untuk memahami peran media dapat memengaruhi pola hidup. Berbagai penelitian terdahulu telah mengungkapkan temuan penelitiannya. Dibawah ini terdapat deskripsi hasil penelitian sebelumnya, antara lain:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Reza Nur Shadrina dan Yoestini Sulistyanto (2022) dengan judul “Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Dari hasil penelitian ini, terdapat pengaruh yang positif antara variabel *content marketing* terhadap keputusan pembelian pengguna Instagram maupun tiktok dan juga signifikan antara variabel influencer dan media sosial terhadap keputusan pembelian.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Andi Syahrudin Alam dan Muh. Iqbal Sultan (2016) dengan judul “Keterbukaan Informasi Publik Melalui Sistem Penghitungan (Situng) Online Hasil Pilkada Terhadap Pengetahuan, Sikap, Dan Perilaku Masyarakat Di Kota Palu” dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Dari hasil penelitian ini, terdapat hubungan dan pengaruh keterbukaan informasi public melalui SITUNG online pilkada terhadap pengetahuan, sikap, dan perilaku, tetapi untuk tingkat korelasinya lemah dalam keterbukaan informasi public SITUNG online pilkada.

3. Penelitian berikutnya dilakukan oleh Irfan Maulana, Jovanna Merseyside br. Manulang, dan Ossya Salsabila (2020) dengan judul “Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital”, penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan Bentuk media komunikasi digital yang digunakan oleh *microcelebrity* atau *influencer* berpengaruh dalam peningkatan sifat konsumtif karena adanya keterikatan dengan kredibilitas yang dimilikinya.
4. Selanjutnya penelitian oleh Dwi Putri Robiatul Adawiyah (2020) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang”, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Penggunaan Sosial Media Tiktok dengan Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang dan juga dikatakan bahwa penggunaan media sosial Tikok berpengaruh positif terhadap Kepercayaan Diri.
5. Adapun penelitian lainnya oleh Shazrin Daniyah Khansa & K. Y. S. Putri (2021) dengan judul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Di Universitas Negeri Jakarta”, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan responden setuju bahwa media sosial merupakan hal yang penting di dalam kehidupan mereka, mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 selaku responden juga dipengaruhi oleh penggunaan media sosial.

Berdasarkan hasil analisis bivariat juga diketahui bahwa ada pengaruh media social terhadap gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 di Universitas Negeri Jakarta.

Dari seluruh kajian penelitian terdahulu yang telah dijabarkan di atas, memberikan pemahaman bahwa media komunikasi digital seperti media sosial maupun sistem perhitungan online berpengaruh terhadap sifat pengetahuan, sikap, perilaku, hingga keputusan pembelian. Berdasarkan beberapa penjelasan penelitian sebelumnya, peneliti menyimpulkan dalam bentuk tabel, sebagai berikut:

Tabel 2. 1. Penelitian terdahulu

No	Judul dan Nama Peneliti	Fokus Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Analisis Pengaruh <i>Content Marketing</i> , <i>Influencer</i> , dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. (Reza Nur Shadrina & Yoestini Sulistyanto) (2022)	Menganalisis dan menemukan bukti empiris pengaruh <i>content marketing</i> , <i>influencer</i> , dan media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen	Menganalisis bagaimana pengaruh platform digital dan konten yang disajikan memengaruhi keputusan konsumen	berfokus pada pengaruh media sosial dan media komunikasi digital terhadap gaya hidup konsumen secara menyeluruh, tidak hanya terkait dengan pembelian.
2	Keterbukaan Informasi Publik Melalui Sistem Penghitungan (Situng) Online Hasil Pilkada Terhadap Pengetahuan, Sikap, Dan Perilaku Masyarakat Di Kota Palu. (Andi Syahrudin Alam & Muh. Iqbal Sultan) (2016)	mengetahui hubungan dan pengaruh keterbukaan informasi publik melalui sistem penghitungan (SITUNG) online hasil Pilkada terhadap pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat Kota Palu	Keterbukaan informasi publik melalui SITUNG online hasil pilkada dan pengaruh media komunikasi digital terhadap perilaku gaya hidup, keduanya memiliki dampak kepada masyarakat. Yang satu berfokus pada politik untuk pengetahuan, sikap, dan perilaku, sementara yang satunya berfokus pada perilaku gaya hidup.	Dalam konteksnya keterbukaan informasi melalui SITUNG online hasil pilkada terkait dengan informasi politik dan hasil pemilihan secara langsung dapat memengaruhi tata pemerintahan. Sedangkan untuk pengaruh media komunikasi digital terhadap perilaku gaya hidup terkait dengan gaya hidup dan preferensi masyarakat yang dapat dipengaruhi oleh konten dan informasi yang dikonsumsi melalui media komunikasi digital

Lanjutan Tabel 2.1

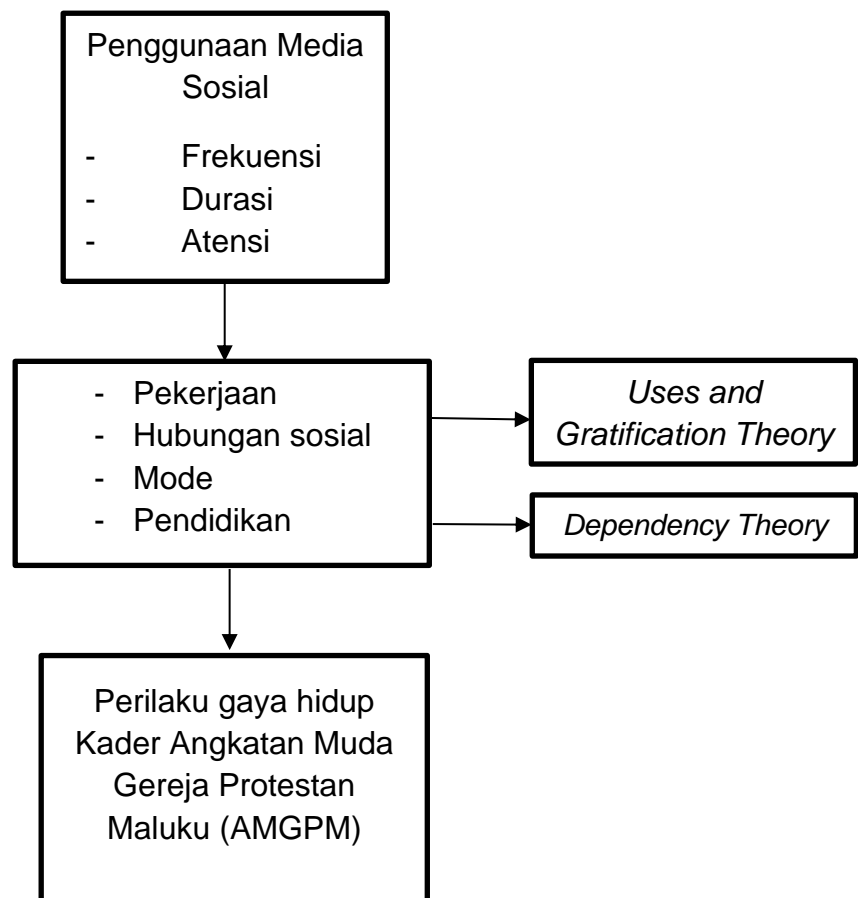
No	Judul dan Nama Peneliti	Fokus Penelitian	Persamaan	Perbedaan
3	Pengaruh <i>Social Media Influencer</i> terhadap Perilaku Konsumtif di Era Ekonomi Digital. (Irfan Maulana, Jovanna Merseyside br. Manulang & Ossya Salsabila) (2020)	Menganalisis hubungan sebab-akibat antara variabel dependen dan independent bagi pengguna <i>e-commerce</i> di era digital.	Pengaruh <i>social media influencer</i> terhadap perilaku konsumtif maupun media komunikasi digital terhadap perilaku gaya hidup, memiliki persamaan dampak terhadap perilaku individu dalam hal penggunaan platform media sosial yang termasuk pada media digital	Pihak yang memengaruhi melibatkan individu yang memiliki pengaruh tertentu dalam bermedia sosial, sedangkan media komunikasi digital melibatkan berbagai sumber dan konten media digital yang dapat memengaruhi pola perilaku gaya hidup
4	Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang. (Dwi Putri Robiatul Adawiyah) (2020)	Mengetahui adakah pengaruh dan seberapa besar penggunaan aplikasi Tiktok terhadap kepercayaan diri remaja di Kabupaten Sampang dari sudut pandang teori uses and gratification.	Kedua penelitian ini menggunakan platform digital untuk berkomunikasi dan menggunakan platform digital sebagai tolak ukur untuk memengaruhi perilaku.	Dilihat dalam konteks karakteristik pengguna, penelitian pada remaja di kabupaten Sampang lebih dominan remaja yang berusia muda, berbeda dengan kader Angkatan muda gereja protestan maluku di Hutumuri yang berusia 17 – 45 tahun. Penelitian sebelumnya juga lebih berfokus pada aplikasi tiktok.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Judul dan Nama Peneliti	Fokus Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5	Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2019 Di Universitas Negeri Jakarta (Shazrin Daniyah Khansa & K. Y. S. Putri) (2021)	Memahami penggunaan media sosial, sehingga dapat digunakan dengan bijak.	Persamaan dari dampak psikologis dari media yang mereka gunakan. Termasuk pengaruh pola pikir, pengetahuan, maupun perilaku gaya hidup sehari-hari.	Dalam konteksnya perbedaan pada pola interaksi dan media sosial yang digunakan.

D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian teori yang telah dijelaskan, fokus pada penelitian ini yaitu penggunaan media sosial terhadap perilaku gaya hidup Kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku. Adapun kerangka berpikir yang mana dapat dijelaskan sebagai berikut.



Gambar 3. Kerangka pemikiran
Sumber: olahan peneliti, 2023

E. Hipotesis

Ho: Tidak ada pengaruh positif antara penggunaan media sosial terhadap perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku.

Ha: Terdapat pengaruh positif antara penggunaan media sosial terhadap perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku.

F. Definisi Konseptual

Dalam penelitian ini menggunakan beberapa variabel yang didefinisikan secara konseptual sehingga dapat dijadikan petunjuk dalam melakukan penelitian. Berikut definisi konseptual dapat dilihat sebagai berikut:

a. Penggunaan media sosial

Penggunaan media sosial dalam hal ini merupakan pemanfaatan Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok, website, dan youtube dalam menunjang aktifitas kader. Diukur dengan indikator frekuensi, durasi, dan atensi. Tingkat penggunaan media sosial di ukur dengan 3 pertanyaan.

b. Perilaku gaya hidup kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku

Perilaku gaya hidup kader dilihat dalam aktifitasnya, ketertarikan, maupun opini dan mengaktualisasikan diri sebagai kader Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku pada Ranting *Go Tell Christ* dan Ranting *Getsemani*. Diukur dengan indikator pekerjaan, hubungan sosial, mode, dan Pendidikan. Gaya hidup di ukur dengan 5 pertanyaan menggunakan skala likert menggunakan 5 pilihan jawaban.