
IMPLIKASI MEDIA SOSIAL DALAM PERGESERAN GAYA HIDUP PEMUDA DI DESA KANEYAN KECAMATAN TARERAN

Fabio Imanuel Gidir¹, Abdul Rasyid Umaternate², Yoseph D.A. Santie³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Manado

Email : ¹fabiogidir@gmail.com, ²rasyidumternate@unima.ac.id, ³yhosepsantie@gmail.com

Diterima	06	Juli	2021
Disetujui	30	Desember	2021
Dipublish	31	Desember	2021

Abstract

The purpose of the study was to describe the implications of social media in youth lifestyle shifts (Study of Social Change in Kaneyan Village, Tareran District, South Minahasa Regency). The method used in this study is a qualitative descriptive method, using an analytical approach that aims to describe and accurately describe systematically and actually the implications of social media in lifestyle shifts in youth by using observation, documentation, and interview techniques as data collection techniques. The results show that the implications of social media in the shift in youth lifestyles greatly affect the lifestyle habits of youth. The factors that cause them to be affected are lifestyle industry factors, lifestyle advertising, public relations and lifestyle journalists, and hedonic lifestyles. From the results of the research that has been stated, it is hoped that it can be useful for lecturers, students, prospective students, in order to develop education, especially at Manado State University.

Keywords: *life style, social media, social transformation.*

Abstrak

Tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan mengenai Implikasi Media Sosial Dalam Pergeseran Gaya Hidup Pemuda (Study Perubahan Sosial Di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran Kabupaten Minahasa Selatan). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif, dengan menggunakan pendekatan analisis yang bertujuan untuk memaparkan dan menggambarkan secara akurat sistematis dan actual mengenai implikasi media sosial dalam pergeseran gaya hidup pada pemuda dengan menggunakan teknik observasi, dokumentasi, dan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implikasi media sosial dalam pergeseran gaya hidup pemuda sangat mempengaruhi kebiasaan-kebiasaan gaya hidup pemuda Adapun faktor yang menyebabkan mereka terpengaruh yaitu faktor industri gaya hidup, iklan gaya hidup, public relation dan journalist gaya hidup, dan gaya hidup hedonis. Dari hasil penelitian yang telah dikemukakan kiranya dapat bermanfaat bagi dosen, mahasiswa, calon mahasiswa, guna untuk pengembangan pendidikan khususnya di Universitas Negeri Manado.

Kata kunci: *gaya hidup, media sosial, pergeseran social.*

Pendahuluan

Media sosial adalah media yang memungkinkan penggunaannya untuk saling melakukan aktivitas yang ada di media sosial secara virtual melalui jaringan internet. Penggunaan media sosial lebih banyak digunakan untuk menunjukkan eksistensi diri lebih dalam memengaruhi gaya hidup seseorang dan juga mempunyai pengaruh pada kebudayaan suatu daerah (Martono, 2016).

Media sosial bagi para pemuda merupakan hal yang penting tidak hanya sebagai tempat mereka memperoleh informasi yang menarik melainkan juga sudah menjadi suatu referensi dalam gaya hidup/*lifestyle* mereka. Terlebih pada era sekarang ini gaya hidup sudah menjadi suatu keutamaan dalam kehidupan para kaum muda saat ini (Hasrin dkk., 2020).

Ini tentunya disebabkan oleh tuntutan zaman dimana gaya hidup sangat diutamakan dari pada kebutuhan hidup, dalam istilah orang Manado dikatakan “lebih baik kalah nasi dari pada kalah aksi” Adanya produk baru yang diluncurkan oleh aplikasi-aplikasi belanja online seperti pakaian, riasan dan produk lainnya terkesan lebih canggih dan modern dari produk sebelumnya, tentu ini membuat para pemuda tergoda untuk membelinya walaupun harga di sana terbilang mahal. bagi mereka yang kelas ekonomi atas, bukanlah hal yang susah untuk memilikinya, ditambah dengan merek yang melekat disetiap produk yang dilahirkan memunculkan kebanggaan tersendiri bagi mereka yang memilikinya.

Ini juga tak terlepas bagi pemuda yang ekonominya ke bawah yang suka juga membeli produk gaya hidup yang setara dengan yang ekonominya ke atas walaupun saya lihat mereka berasal dari keluarga kurang mampu.

Dalam konteks sosiologis, media sosial membuat keadaan yang ada di Desa kaneyan itu berbeda dari sebelum-sebelumnya dimana media sosial menimbulkan berbagai gangguan kepribadian seperti sikap menyendiri, anti-sosial cenderung tidak peka dengan kebutuhan orang sekitar, individualistis dan berpengaruh pada cara komunikasi yang ada di kehidupan para pemuda dimana sebelum masuknya media

sosial itu komunikasi sering dilakukan secara *face to face* atau tatap-tatapan secara langsung, maka sekarang ini dengan masuknya media sosial pemuda yang ada di desa kaneyan berinteraksi di dunia maya atau melalui interaksi sosial online, masuknya media sosial ini membuat perubahan kebiasaan berkomunikasi pada pemuda di desa kaneyan dimana sekarang ini mereka menggunakan media sosial untuk berkomunikasi baik itu pada aplikasi whatsapp, telegram, instagram, messenger dan aplikasi-aplikasi lainnya (Umaternate dkk., 2020).

Pemuda yang memiliki kemampuan dalam hal finansial menjadi mudah terpengaruh untuk memenuhi gaya hidup yang konsumtif tersebut. Pemuda akan dianggap mengikuti perkembangan zaman apabila telah membeli dan memakai barang-barang dengan merek terkenal, bukan lagi melalui prestasi. Sebagian pemuda lain yang berada dalam tingkat ekonomi menengah juga mengikuti gaya hidup konsumtif akibat tuntutan pergaulan.

Sehingga sebagian pemuda kini hanya mementingkan penampilan, gengsi, dan mengikuti lingkungan sekitar. gengsi, dan mengikuti lingkungan sekitar. Perubahan yang seperti inilah yang tidak dapat di hindari karena arus perubahan itu sendiri, sehingga perubahan ini bisa berdampak positif dan negatif bagi para pemuda di desa kaneyan, perubahan perilaku sosial dan kepribadiannya yang baik adalah bentuk perubahan yang di inginkan oleh seluruh masyarakat.

Perubahan masyarakat pada prinsipnya merupakan suatu proses terus menerus, masyarakat senantiasa terus berubah disebuah tingkat kompleksitas intelektualnya (Taneko, 1984). Gaya hidup Pemuda yang ada di desa kaneyan saat ini sangat berbeda dengan gaya hidup pemuda zaman dahulu, pada zaman sekarang para pemuda merubah fashion dan berbagai model pakaian untuk menyetarakan dengan teman teman pemuda mereka yang lain, pada zaman dahulu kehidupan pemuda di Desa Kaneyan sangat erat dengan rasa solidaritas, dimana dahulu pemuda saling membantu satu sama lainnya. Para pemuda yang dahulu penampilan biasa saja sekarang berubah menjadi lebih modis. para pemuda sekarang lebih suka memakai

produk asing dibanding produk dalam negeri sendiri, itu karena sudah banyak toko yang menjual barang baru dengan harga yang terjangkau pula.

Bahkan kebanyakan barang yang dipakaipun barang yang bermerk asing (produk luar negeri). Terjadinya perubahan gaya hidup (*life styles*) pemuda kini tak terlepas dari perubahan budaya, pola pikir.

Sekarang ini yang saya lihat beberapa pemuda yang ada di desa Kaneyan lebih senang dengan hal-hal yang serba instan, pragmatis dan cenderung kebarat-baratan. Hal itu dapat kita lihat dalam bentuk potongan gaya rambut, pakaian, sepatu maupun kosmetik. Itu dimungkinkan karena alam modern menyediakan berbagai macam alternative kehidupan, mereka tinggal memilih mana yang suka dan mana yang tidak suka, cocok dan tidak cocok.

Akibatnya budaya masyarakat yang lama lambat laun pasti terkubur seiring berjalannya waktu dan tergantikan oleh budaya baru yaitu modern (Shadily, 1993). Salah satu contoh lagi kebaya, dahulu kebaya menjadi salah satu pakaian adat atau istimewa yang biasanya digunakan pada waktu tertentu seperti hari pernikahan, namun sekarang kebaya sudah sedikit tertinggal, kini masyarakat beralih ke bentuk pakaian-pakaian yang lebih simpel, praktis dan memberi warna tersendiri bagi setiap orang yang menggunakannya (Chaney, 1996).

Beberapa Pemuda desa Kaneyan yang ekonominya menengah ke bawah akan tetapi itu tidak menjadi halangan bagi para pemuda untuk mengikuti *lifestyles* (gaya hidup) zaman sekarang (yang dahulu penampilannya kuno sekarang menjadi tidak kuno atau modern) (Martono, 2016). Hal ini ditunjukkan dengan kebiasaan berbelanja di pasar modern (ruko, mini market, butik, belnja *Online*) juga ada yang membeli kendaraan bermotor karena keinginan mereka untuk gaya hidupnya walaupun kredit, agar terlihat keren bagi orang yang melihatnya. Beberapa juga yang membeli kendaraan bukan karena gaya hidup mereka melainkan sudah menjadi kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari seperti untuk digunakan pergi ke kebun atau dipakai untuk mencari nafkah seperti ngojek ada juga yang

dipakai untuk ke sekolah.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Hal ini dikarenakan permasalahan yang ada masih belum jelas serta data yang ada tidak dapat dirumuskan dalam bentuk angka. Menurut (Creswell, 2009) penelitian kualitatif berarti proses memahami dan memperoleh makna perilaku individu dan kelompok, menggambarkan masalah sosial atau masalah kemanusiaan.

Hasil dan Pembahasan

Pengertian media sosial terdiri dari dua kata 'media dan sosial' media adalah alat sarana komunikasi penghubung atau perantara. Sedangkan sosial yang artinya ilmu tentang kemasyarakatan dan interaksi di dalamnya atau juga kepentingan umum yang ada di masyarakat, jadi dapat di artikan bahwa media sosial adalah media yang memungkinkan penggunaanya untuk saling melakukan aktifitas sosial melalui jaringan internet tanpa dibatasi jarak, ruang, dan waktu. Perubahan sosial menurut Gillin dan Gillin dalam (Soekanto) adalah sebagai suatu variasi dari cara-cara hidup yang telah diterima, baik karena perubahan-perubahan kondisi geografis, kebudayaan, komposisi penduduk, ideologi maupun karena adanya difusi ataupun penemuan-penemuan baru dalam masyarakat.

Tidak seperti dulu lagi kalau mau membeli kebutuhan akan gaya hidup kita harus pergi ke tempat perbelanjaan lagi atau ketoko lagi,sekarang tinggal pilih mau pesan online atau mau ketoko. oleh karena itu implikasi/keterlibatan media sosial disini sangat berpengaruh pada kebiasaan dalam hal berbelanja atau mencari akan kebutuhan gaya hidup.

Dengan belanja online kita tidak perlu lagi keluar rumah untuk berbelanja di tempat-tempat perbelanjaan. untuk menghindari kerumunan maka belanja online menjadi jalan yang efektif bagi pemuda desa kaneyan agar tidak perlu lagi keluar rumah untuk berbelanja. kalau di instagram mereka melihat hanya gaya-gaya hidup yang trendi saja seperti makanan-makanan, tempat wisata dan video hiburan atau video motivasi atau cara memasak dan lain

sebagainya yang ingin mereka lihat, tetapi kalau untuk berbelanja kebanyakan berbelanja di *market place* (facebook), shopee, lazada dan aplikasi jual beli lainnya. adapun yang menggunakan media sosial facebook itu sebagai tempat untuk berdagang bagi para pemuda seperti menjual tas, pakaian-pakaian atau barang-barang kosmetik lainnya yah pokoknya dia berdagang di media sosial tersebut.

Dalam wawancara dengan beberapa pemuda di desa kaneyan saya mendapati tanggapan tanggapan tentang hal-hal yang mereka gunakan di media sosial, dari sekian pemuda yang saya wawancarai, beberapa di antaranya mereka menjawab bahwa hal yang paling sering mereka gunakan ialah aplikasi facebook dan instagram karena kalau di facebook mereka melihat banyak sekali informasi informasi yang berkaitan dengan lingkungan sekitar mereka dan gaya hidup mereka seperti fashion-fashion masa kini, trending masa kini dan informasi informasi lainnya. belanja online menjadi salah satu hal yang paling mereka sukai di media sosial beberapa diantaranya menjawab bahwa kalau berbelanja di media sosial itu pilihannya banyak memudahkan juga karena tidak perlu lagi keluar rumah untuk belanja ke toko oleh karena itu media sosial menjadi wadah untuk para pemuda berbelanja dan mencari referensi-referensi tentang gaya hidup mereka apalagi di media sosial tersedia jasa COD atau *cash on delifery* bayar di tempat, itu sangat membantu mereka karena barang yang mereka pesan tinggal di antar oleh kurir petugas yang bekerja sebagai pengantar barang.

Menurut pendapat Amstrong dalam (Chaney, 1996), 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.

Lebih lanjut amstrong menyatakan bahwa factor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu factor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan factor yang berasal dari luar (exsternal).faktor internal yaitu sikap,

pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, sedangkan factor exsternal terdiri dari kelompok referensi, keluarga, kelas sosial,dan kebudayaan.

Dari hasil penelitian pada pemuda, di dapati hasil penelitian yang sedikit berbeda, mereka menjawab bahwa mereka suka mengikuti satu sosok artis contohnya mulai dari bicaranya, gaya berpakaianya, gaya fashionnya yah intinya gaya hidupnya, ada juga pemuda yang menjawab kalau dia tidak bergaya dari satu sosok saja contohnya dia menyukai gaya bicaranya si A tapi untuk berpakaianya dia suka mengikuti si B untuk fashionnya si c ini sejalan juga dengan apa yang di sampaikan oleh salah satu orang tua bapak *rein koleangan* yang saya wawancarai dia berkata juga “kalau untuk mengikuti gaya hidup orang lain di media sosial, saya tidak berpatokan di 1 orang artis atau *public figure* tapi yang bagus bagus dari mereka yang saya ambil misalnya dari potongan gaya rambutnya ahh saya suka ikuti si ini, kalau berpakaian ah saya suka ikuti si ini, untuk gaya berbicara yah natural saja tidak usah mengikuti orang lain, jadi intinya tidak terfokus di 1 orang yah mana yang bagus dengan cocok saja dengan”.

Kalau untuk alat elektronik semua dari mereka menjawab tidak mengikuti karna untuk alat elektronik yah sesuai kemampuan saja. kesimpulannya pemuda dan 1 orang tua yang saya wawancarai menjawab bahwa mereka suka mengikuti gaya hidup orang lain, ada yang mengikuti gaya hidup dari 1 artis atau public figure ada juga juga yang mengikuti gaya hidup yang tidak berpatokan pada satu orang saja.

Gaya hidup menurut (Kotler, 2002), adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup juga menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu dalam kehidupannya, juga dapat dilihat dari aktivitas sehari-harinya dan minat apa yang menjadi kebutuhan dalam hidupnya.

Berdasarkan hasil analisis saya mengenai apakah anda membeli suatu produk di

media sosial karena memang kebutuhan, atau membeli Karena ada potongan harga atau membeli karena untuk bergaya saja.

Dari beberapa pemuda yang saya wawancarai menjawab bahwa mereka membeli suatu produk di media sosial seringkali karena memang kebutuhan, seringkali juga karena ada potongan harga dan juga sering kali hanya untuk bergaya saja., adapun pemuda yang menjawab bahwa dia berbelanja di media sosial “kita belanja di media sosial yah untuk kebutuhan kalau ada potongan harga kalau barangnya dia butuhkan yah saya beli tetapi sesuai kemampuan uang saya kalau tidak masuk keperluan yah untuk apa barangnya dibeli” ucap pemuda lidya yang menjawab bahwa dia belanja di media sosial karena untuk kebutuhan, berbeda juga dengan bapak rein koleangan salah satu orang tua yang saya wawancarai menjawab “saya berbelanja di media sosial itu seringkali tidak masuk kebutuhan saya, namun karena barangnya langka dan susah di cari ataupun barangnya belum ada yang punya di sini/dikampung yah saya beli prinsipnya saya lebih dulu ada dari mereka”.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa implikasi media sosial dalam pergeseran gaya hidup pemuda di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran Kabupaten Minahasa Selatan meliputi :

Media sosial membuat pemuda mengalami pergeseran gaya hidup dari sisi industry gaya hidup, banyak dari mereka lebih memilih membeli produk produk untuk kepuasan gaya hidup mereka di aplikasi belanja online di media sosial, ada yang membeli di marketplace facebook, ada juga yang membeli di lazada, ada juga yang sering berbelanja di shopee dikarenakan pilihannya yang menarik dan barang yang brandit juga harganya terjangkau.

Media sosial memudahkan pemuda untuk mencari referensi kebutuhan gaya hidup mereka dari segi berpakaian, riasan-riasannya yang masuk dalam kategori fashion mereka ataupun trend yang ada dimasa sekarang ini yang mereka lihat di media sosial. Para pemuda menyikapi media social saat ini

dengan banyak mengikuti pola hidup masyarakat luar sana seperti artis-artis, olahragawan dan lain sebagainya tanpa tersaring. Mulai dari tatanan busana, kosmetik, aksesoris, cara berkomunikasi, dan sebagainya. Hal ini tentunya dapat berdampak buruk jika tidak dibarengin oleh pengawasan lingkungan sekitar kita.

Dilihat dari sisi penampilan pemuda saat ini, banyak di antara mereka yang terlihat mengikuti penampilan ala kebarat baratan seperti, cara berpakaian yang tidak sopan memakai aksesoris-aksesoris yang mahal dan juga merias diri dengan make-up yang terlihat menor dan ada juga yang terlihat bertato pada bagian tubuhnya, sehingga gaya hidup mandiri sangat rendah pada kalangan pemuda yang ada di desa kaneyan

Para pemuda juga membeli produk di media sosial seringkali memang karena bukan kebutuhan, tetapi karena barangnya bagus dan trend di kalangan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Chaney, D. (1996). *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Jalasutra.
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (3 ed.). Pustaka Pelajar.
- Hasrin, A., Umaternate, A. R., & Sidik, S. (2020). Kawasan Wisata Kuliner Jalan Roda (Jarod) Sebagai Ruang Ekspresi Waktu Luang (Leisure) Masyarakat Kota Manado. *Community: Pengawas Dinamika Sosial*, 6(1), 58. <https://doi.org/10.35308/jcpds.v6i1.1868>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Prenhallindo.
- Martono, N. (2016). *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Postmodern dan Poskolonial*. Rajawali.
- Shadily, H. (1993). *Sosiologi Untuk Masyarakat Indonesia*. Rineka Cipta.
- Taneko, S. B. (1984). *Konsep Sistem Sosial*. Fajar Agung.
- Umaternate, Abd. R., Samau, A., Kerebunu, F., & Hasrin, A. (2020). Public Perceptions of Grab Online Taxi Activity in Sub-District of Tataaran 1 South Tondano District Minahasa Regency: *Proceedings of the 3rd*

*International Conference on Social
Sciences (ICSS 2020). 3rd*

International Conference on Social
Sciences (ICSS 2020).