

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Literatur

1. Komunikasi

Secara luas komunikasi adalah setiap bentuk tingkah laku seseorang baik verbal maupun non verbal yang ditanggapi oleh orang lain. Komunikasi mencakup pengertian yang lebih luas dari sekedar wawancara. Setiap bentuk tingkah laku mengungkapkan pesan tertentu, sehingga juga merupakan sebarang komunikasi (Johnson,1981: 93).

Secara sempit komunikasi diartikan sebagai pesan yang dikirimkan seseorang (komunikator) kepada satu atau lebih penerima (komunikan) dengan maksud sadar untuk mempengaruhi tingkah laku si penerima. Dalam setiap bentuk komunikasi setidaknya dua orang saling mengirimkan lambang-lambang tersebut dapat bersifat verbal berupa kata-kata atau bersifat non verbal berupa ekspresi atau ungkapan tertentu dan gerak tubuh (Johnson,1981: 94).

a. Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. Dan bahkan komunikasi telah menjadi suatu fenomena bagi terbentuknya suatu masyarakat atau komunitas yang terintegrasi oleh oleh informasi, di mana masing-masing individu dalam masyarakat itu sendiri saling berbagi informasi

(*information sharing*) untuk mencapai tujuan bersama. Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampai pesandan orang yang menerima pesan. Senada dengan hal ini bahwa komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin “*communis*” atau dalam bahasa Inggrisnya “*commun*” yang artinya sama. Apabila kita berkomunikasi (*to communicate*), ini berarti bahwa kita berada dalam keadaan berusaha untuk menimbulkan kesamaan (Suwardi, 1986:13).

Berbicara tentang pengertian komunikasi, tidak ada pengertian yang benar ataupun salah, definisi harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya. Beberapa pengertian tentang komunikasi terkadangterlalu sempit, seperti komunikasi adalah “penyampaian pesan”, ataupun terlalu luas, seperti “komunikasi adalah proses interaksi antara dua makhluk”, sehingga pelaku komunikasi tersebut dapat termasuk hewan, tumbuhan bahkan jin. Sebagaimana dikemukakan oleh John R. Wenburg dan William W.Wilmot juga Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, setidaknya ada tiga pemahaman mengenai komunikasi, yakni komunikasi sebagai tindakan satu arah, komunikasi sebagai interaksi, dan komunikasi sebagai transaksi (Mulyana, 2002:60).

Kita harus menyadari bahwa begitu banyak definisi komunikasi, akibat dari kaya dan kompleksitasnya disiplin ilmu komunikasi. Para ahli cenderung melihat fenomena manusia melalui sudut pandang mereka sendiri, bahkan mereka memberikan batasan-batasan ketika berusaha menjelaskan suatu fenomena kepada orang lain. Seorang ahli dalam bidang komunikasi akan menggunakan pendekatan

yang berbeda dalam menginterpretasikan komunikasi karena nilai-nilai yang mereka miliki juga berbeda. Walaupun demikian untuk menawarkan salah satu definisi komunikasi, berikut disampaikan beberapa definisi menurut para ahli di antaranya: Richard West & Lyn H. Turner memberikan batasan bahwa komunikasi (*communication*) adalah proses sosial di mana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka (West & Turner, 2007:5).

Theodorson (1969) selanjutnya mengemukakan pula bahwa, komunikasi adalah proses pengalihan informasi dari satu orang atau sekelompok orang dengan menggunakan simbol-simbol tertentu kepada satu orang atau kelompok lain. Proses pengalihan informasi tersebut selalu mengandung pengaruh tertentu. Komunikasi yang efektif ditandai dengan hubungan interpersonal yang baik. Kegagalan komunikasi sekunder terjadi, bila isi pesan kita dipahami tetapi hubungan interpersonal di antara komunikasi menjadi rusak. Setiap kali kita melakukan komunikasi, kita tidak saja sekedar menyampaikan isi pesan tetapi kita juga menentukan kadar hubungan interpersonal, bukan saja menentukan "*content*" tetapi juga "*relationship*".

b. Unsur Komunikasi

Unsur komunikasi adalah hal-hal yang harus ada agar komunikasi bisa berlangsung dengan baik. Menurut Laswell unsur-unsur komunikasi adalah :

1. Pengirim atau komunikator (*sender*) adalah pihak yang mengirimkan pesan kepada pihak lain.

2. Pesan (*message*) adalah isi atau maksud yang akan disampaikan oleh satu pihak kepada pihak lain.
3. Saluran (*channel*) adalah media dimana pesan disampaikan kepada komunikan dalam komunikasi antar-probadi (tatap muka) saluran dapat berupa udara yang mengalirkan getaran/suara.
4. Penerima atau komunike (*receiver*) adalah pihak yang menerima pesan dari pihak lain.
5. Umpan balik (*feedback*) adalah tanggapan dari penerimaan pesan atas isi pesan yang disampaikannya.
6. Aturan yang disepakati para pelaku komunikasi tentang bagaimana komunikasi itu akan dijalankan ("*protocol*").

2. Pola Komunikasi

Pola komunikasi adalah suatu gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara suatu komponen komunikasi dengan komponen lainnya. Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat di pahami (Djamarah,2004:1). Dari penegertian di atas, pola komunikasi adalah bentuk atau pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam proses mengkaitkan dua komponen yaitu gambaran atau rencana yang menjadi langkah-langkah pada suatu aktifitas dengan komponen-komponen yang merupakan bagian penting atas terjadinya hubungan antar manusia.

Setiap individu maupun kelompok mempunyai pola komunikasi yang berbeda-beda dan beragam. Pemolaan tersebut terjadi pada semua tingkat komunikasi, komunikasi biasanya berpola dalam bentuk-bentuk fungsi, kategori ujaran (*category of talk*), sikap dan konsepsi tentang bahasa dan penutur. Komunikasi juga berpola menurut peran dan kelompok tertentu dalam suatu masyarakat, misalnya

jenis kelamin, usia, status sosial, dan jabatan; misalnya seorang guru memiliki cara-cara berbicara yang berbeda dengan ahli hukum, dokter, atau salesman asuransi (Ibrahim, 1994: 12-13). Cara berbicara juga berpola menurut tingkat pendidikan, tempat tinggal perkotaan atau pedesaan, wilayah geografis, dan cirri-ciri organisasi sosial yang lain.

Disini akan diuraikan proses komunikasi yang sudah masuk dalam kategori pola komunikasi yaitu: pola komunikasi primer, pola komunikasi sekunder, pola komunikasi linear, dan pola komunikasi sirkular.

a. Pola komunikasi primer

Pola komunikasi primer merupakan suatu proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu simbol (symbol) sebagai media atau saluran. Dalam pola ini terbagi menjadi dua lambang yaitu verbal dan lambang nirverbal.

b. Pola komunikasi sekunder

Pola komunikasi secara sekunder adalah penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang pada media pertama.

c. Pola komunikasi linear

Linear disini mengandung makna lurus yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal.

d. Pola komunikasi sirkular

Dalam proses sirkular itu terjadinya feedback atau umpan balik, yaitu terjadinya arus dari komunikan ke komunikator, sebagai penentu utama keberhasilan komunikasi. Dalam pola komunikasi yang seperti ini proses komunikasi berjalan terus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan. (Effendi, 2005;11)

Komunikasi juga berpola pada tingkat individual, yaitu pada tingkat ekspresi dan interpretasi kepribadian. Pada tataran faktor-faktor emosional seperti kegemeteran memiliki dampak fisiologis pada mekanisme vokal, faktor-faktor emosional ini tidak dipandang sebagai bagian dari “komunikasi”, tetapi banyak simbol konvensional yang merupakan bagian dari komunikasi terpola. Contohnya adalah meningkatnya volume makna ‘marah’ pada seseorang ketika ia sedang berbicara pada lawan bicaranya yang memancing emosi marahnya.¹

Pola komunikasi dibagi menjadi tiga yaitu, komunikasi satu arah, komunikasi dua arah dan komunikasi multi arah. Menurut Effendy (1989: 32). Pola komunikasi terdiri atas 3 macam yaitu:

- a. Pola komunikasi satu arah adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan baik menggunakan media maupun tanpa media, tanpa ada umpan balik dari komunikan dalam hal ini komunikan bertindak sebagai pendengar saja.
- b. Pola komunikasi dua arah atau timbal balik (Two way traffic communication) yaitu komunikator dan komunikan menjadi saling tukar fungsi dalam menjalani fungsi mereka, komunikator pada tahap pertama menjadi komunikan dan pada tahap berikutnya saling bergantian fungsi. Namun pada hakekatnya yang memulai percakapan adalah komunikator utama, komunikator utama mempunyai tujuan melalui proses komunikasi tersebut, prosesnya dialogis, serta umpan balik terjadi secara langsung

¹ <http://ejournal.uajv.ac.id/3402/3/2TA13285.pdf>

- c. Pola komunikasi multi arah yaitu proses komunikasi terjadi dalam satu kelompok yang lebih banyak dimana komunikator dan komunikan akan saling bertukar pikiran secara dialogis

Fisher mengemukakan terdapat empat fase untuk mengenal suatu pola yang relatif lebih konsisten yang dilalui dalam diskusi kelompok dalam memutuskan suatu ide, gagasan, masalah dan lain lain. Dan fase tersebut dapat dijadikan patokan dalam pola komunikasi yang terjadi antara individu di dalam suatu kelompok. Dan ke empat fase tersebut adalah:

- a. Orientasi

Dalam fase ini, anggota masih dalam taraf pengenalan, para anggota masih belum dapat memastikan seberapa jauh ide-ide mereka akan dapat diterima oleh anggota lain. Pernyataan dalam fase ini masih bersifat sementara dan pendapat-pendapat yang dikemukakan secara hati-hati. Komentar dan interpretasi yang meragukan cenderung memperoleh persetujuan dalam fase ini dibandingkan dengan fase-fase yang lain. Ide- ide yang dilontarkan tanpa banyak menggunakan fakta pendukung hanya bersifat pemikiran-pemikiran yang muncul di saat itu, dan fase inilah ide-ide yang muncul akan di saring dan di diskusikan.

- b. Konflik

Fase ini mulai muncul adanya ketidak setujuan yang ditunjukkan masing-masing anggota sehingga menimbulkan suatu pertentangan. Dalam fase ini dukungan dan penafsiran meningkat, pendapat semakin tegas dan komentar

yang meragukan berkurang. Usulan keputusan yang relevan seolah-olah sudah dapat ditentukan dan anggota kelompok mulai mengambil sikap untuk berargumentasi, baik itu sikap yang menyenangkan maupun yang tidak menyenangkan terhadap usulan-usulan tersebut. Dalam fase ini koalisi pun terbentuk, anggota mulai membentuk gang-gang tertentu sehingga terjadi suatu konflik.

c. Timbulnya Sifat-Sifat Baru

Konflik yang terjadi dan komentar yang berbeda berkurang dalam fase ini, anggota-anggota kelompok tidak lagi membela diri secara gigih dalam menanggapi komentar yang tidak menyenangkan dan tidak sesuai dengan pendapat yang mereka utarakan sebelumnya. Sikap-sikap anggota berubah dari tidak setuju menjadi setuju terhadap usul dan keputusan yang ada.

d. Dukungan

Usulan dan keputusan yang diinginkan semakin nampak pada fase ini. Pertentangan berubah menjadi dukungan yang lebih menguntungkan bagi usulan dan keputusan. Perbedaan pendapat sudah tidak ada lagi, para anggota kelompok berusaha keras mencari kesepakatan bersama dan satu sama lain cenderung saling mendukung, khususnya dalam menyetujui beberapa usulan keputusan tertentu.

3. Gaya Hidup

Menurut Susanto (dalam Nugrahani,2003:19) gaya hidup adalah perpaduan antara kebutuhan ekspresi diri dan harapan kelompok terhadap seseorang dalam bertindak berdasarkan pada norma yang berlaku.

Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya (Kottler dalam Sakinah,2002:56). Gaya hidup adalah perpaduan antara kebutuhan ekspresi diri dan harapan kelompok terhadap seseorang dalam bertindak berdasarkan pada norma yang berlaku. Oleh Karena itu banyak diketahui macam gaya hidup yang berkembang di masyarakat sekarang misalnya gaya hidup hedonis, gaya hidup metropolis, gaya hidup global dan lain sebagainya.

Blummer (1983) gaya hidup adalah cara hidup individu yang di identifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya. Adler (dalam Hall & Lindzey, 1985) menyatakan bahwa gaya hidup adalah hal yang paling berpengaruh pada sikap dan perilaku seseorang dalam hubungannya dengan 3 hal utama dalam kehidupan yaitu pekerjaan, persahabatan, dan cinta sedangkan Sarwono (1989) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup adalah konsep diri.²

Pola hidup yang berhubungan dengan uang dan waktu dilaksanakan oleh seseorang berhubungan dengan keputusan. Orang yang sudah mengambil keputusan untuk mencari kesenangan dari uang yang dimiliki seperti melakukan aktivitas nyata untuk berbelanja di mall atau supermarket, tentu saja memberi nilai tambah dari pada berbelanja di toko biasa Hawkins (dalam Nugroho, 2002). Adapun penggunaan waktu dengan gaya hidup merupakan kreativitas individu dalam memanfaatkan waktu yang ada untuk kegiatan yang bermanfaat atau kegiatan untuk bersenang-senang.

² Rindik. Widodo. Oktober 2013. "Fenomena Gaya Hidup Clubbing dikalangan Mahasiswa Kota Bandung

Sedangkan menurut SRI International (1989) salah satu contoh segmentasi psikografis adalah VALS 2. Dalam VALS 2 (*Values & Life Style*) terdapat dua dimensi yang menjadi titik beratnya, yaitu *self orientation* dan *resources*. *Resources* yang dimaksudkan bukanlah semata-mata materi, tetapi dalam arti yang luas yang mencakup sarana dan kapasitas psikologis, fisik, dan demografis. Dalam perilaku konsumsi yang di dorong oleh *self orientation* yang bertumpu pada *principle*, berarti keputusan untuk membeli berdasarkan karena keyakinannya. Sehingga keputusannya untuk membeli bukan hanya karena ikut-ikutan atau sekedar untuk mengejar gengsi. Boleh dikatakan tipe ini lebih rasional sedangkan yang bertumpu pada status, keputusannya dalam mengkonsumsi didominasi oleh apa kata orang. Produk-produk bermerek menjadi pilihannya. Bagi yang bertumpu kepada *action*, keputusan dalam berkomunikasi didasari oleh keinginannya untuk beraktivitas sosial maupun fisik, mendapatkan selingan atau menghadapi resiko.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang di ekspresikan dalam aktivitas kesehariannya, minat, opininya dan dimensi *self orientation* gaya hidup mencakup tiga kategori yaitu prinsip, status, dan aksi.

a. Bentuk-bentuk gaya hidup

Bentuk-bentuk gaya hidup terbagi dari beberapa bagian, disetiap bagian-bagiannya menjelaskan perbedaannya masing-masing, yang mana di antaranya adalah sebagai berikut:

1. Industri Gaya Hidup

Dalam abad gaya hidup, penampilan diri itu justru mengalami estetisasi, “estetisasi kehidupan sehari-hari” dan bahkan tubuh/diri (*body/self*) pun justru mengalami estetisasi tubuh. Tubuh atau diri dan kehidupan sehari-hari pun menjadi sebuah proyek, benih penyemaian gaya hidup. “kamu bergaya maka kamu ada” adalah ungkapan yang mungkin cocok untuk melukiskan kegandrungan manusia modern akan gaya. Itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebagian besar adalah industri penampilan.

2. Iklan Gaya Hidup

Dalam masyarakat mutakhir, berbagai perusahaan, para politisi, individu-individu semuanya terobsesi dengan citra. Di dalam era globalisasi informasi seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra (*image culture*) dan budaya citra rasa (*taste culture*) adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya visual yang kadang-kadang mempesona dan memabukkan. Iklan merepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus (*subtle*) arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik. Iklan juga perlahan tapi pasti mempengaruhi pilihan citra rasa yang kita buat.

3. Public Relations dan Journalisme Gaya Hidup

Pemikiran mutakhir dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis-kelebriti (*celebrity based-culture*), para selebriti

membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran “aksesori fashion”. Wajah generasi baru yang dikenal sebagai anak-anak E-Generation, menjadi seperti sekarang ini dianggap terbentuk melalui identitas yang di ilhami selebriti (*celebrity-inspired identity*) cara mereka berselancar di dunia maya (Internet), cara mereka gonta-ganti busana untuk jalan-jalan.

4. Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu di perlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat untuk menyusun strategi. Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami bentuk setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko dan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

5. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktifitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu

diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang di senangnya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.³

Bagi para penganut paham ini, pesta pora dan berplesiran merupakan tujuan utama dalam hidup, entah itu menyenangkan bagi orang lain atau tidak. Karena mereka beranggapan bahwa hidup ini hanya sekali, sehingga mereka merasa ingin menikmati hidup dengan senikmat-nikmatnya. Mereka hanya mengedepankan hawa nafsu belaka dalam menjalankan hidupnya, sehingga memunculkan kesenangan-kesenangan untuk pribadi yang akan merugikan. Gaya hidup hedonis merupakan ajaran atau pandangan bahwa kesenangan atau kenikmatan merupakan tujuan hidup atau tindakan manusia. Jadi gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak bermain, senang dengan keramaian kota, senang member barang mahal yang di senangnya, serta ingin selalu menjadi pusat perhatian.

Dari uraian diatas dapat di simpulkan bahwa bentuk dari suatu gaya hidup dapat berupa gaya hidup dari suatu penampilan, melalui media iklan, modeling dari artis yang di idolakan, gaya hidup yang hanya mengejar kenikmatan semata sampai dengan gaya hidup mandiri yang menuntut penalaran dan tanggung jawab dalam pola perilakunya.

³ Della, Aresa. Juni 2012. "Pengaruh Gaya hidup terhadap Repurchase Intention". [Lib.ui.ac.id/File?file=digital/20357888-S-Della%20Aresa.pdf](http://lib.ui.ac.id/File?file=digital/20357888-S-Della%20Aresa.pdf).

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup.

Menurut pendapat Gilang Parahita (dalam buku Tuhan di dalam dunia gemerlapku, 2008) gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Lebih lanjut Gilang Parahita (dalam buku Tuhan di dalam dunia gemerlapku, 2008) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal).

Faktor internal yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, motif, dan persepsi dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Sikap

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

2. Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat di

pelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

3. Kepribadian

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

4. Konsep Diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. 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.

5. Motif

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

6. Persepsi

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

Adapun faktor eksternal dijelaskan oleh Nugraheni (2003) sebagai berikut:

1. 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 menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadap individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

2. 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 mempengaruhi pola hidupnya.

3. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan

pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

4. 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 cirri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup berasal dari dalam (internal) dan dari luar (eksternal). Faktor internal meliputi sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Adapun faktor eksternal meliputi kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

4. Pendaki Gunung

a. Gunung

Gunung adalah bagian dari permukaan bumi yang menjulang lebih tinggi dibandingkan dengan daerah sekitarnya. Sebuah gunung biasanya lebih tinggi dan curam dari sebuah bukit, tetapi ada kesamaan, dan penggunaan sering tergantung dari adat lokal. Gunung terdiri dari dua macam, yaitu gunung berapi dan gunung tidak

berapi atau gunung mati. Gunung berapi terbentuk oleh lapisan material yang keluar dari perut bumi. Gunung berapi yang masih aktif gejala yang tampak adalah timbulnya ledakan atau letusan. Kegiatan gunung berapi diawasi oleh Jawatan Geologi. Jawatan ini memiliki alat pencatat gempa bumi yang disebut seismograf.

Gunung memiliki manfaat bermacam-macam, antara lain:

1. Gunung dapat dijadikan sebagai tempat rekreasi
2. Material letusan gunung api dalam waktu lama dapat menyuburkan tanah, pasirnya dapat untuk bahan bangunan
3. Gunung sebagai pengatur iklim dan penyimpan air, serta
4. Keluarnya magma menyebabkan terangkatnya barang tambang ke muka bumi.

b. Definisi Pendakian Gunung

Pendakian adalah suatu olahraga keras, penuh petualangan, dan membutuhkan ketrampilan, kecerdasan, kekuatan serta daya juang tinggi. Mendaki atau *mountaineering* berasal dari kata “*mountain*” yang berarti gunung. jadi, *mountaineering* yaitu kegiatan mendaki gunung. Dalam arti luas, pendakian gunung berarti suatu perjalanan, mulai dari *hill walking* sampai dengan *ekspedisi* pendakian ke puncak-puncak yang tinggi dan sulit hingga memerlukan waktu yang lama, bahkan sampai berbulan-bulan. Definisi lainnya adalah sebuah kegiatan alam bebas yang menggunakan wahana gunung sebagai sarana kegiatannya.

Mendaki gunung pada awalnya merupakan sebuah kegiatan yang harus dilakukan oleh seseorang untuk sebuah keperluan tertentu, baik untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain. Kegiatan mendaki gunung sebenarnya sudah dilakukan

oleh orang-orang pada masa prasejarah (manusia purba). Di Indonesia saja mereka (manusia purba) sudah mendaki gunung untuk mencari goa-goa sebagai tempat tinggal mereka, meskipun ada juga goa yang berada tepat di pinggir laut seperti di daerah Irian Jaya tetapi masih lebih banyak goa-goa tempat tinggal manusia purba yang ditemukan di lereng-lereng gunung bahkan di puncak gunung. Hal itu dapat dibuktikan dengan ditemukannya beberapa situs purbakala yang berupa goa tempat tinggal manusia purba di lereng dan puncak gunung yang ditandai dengan adanya beberapa lukisan purba di dinding-dinding goa seperti di goa leang-leang (Sulawesi Selatan). Mereka (manusia purba) mendaki gunung untuk keperluan mencari tempat tinggal, berburu atau mencari lahan baru untuk bercocok tanam. Harley BS (2007;3).

Memasuki masa awal sejarah, yakni pada masa kerajaan-kerajaan khususnya di Indonesia. Kegiatan mendaki gunung lebih banyak dilakukan untuk kepentingan agama, yakni mencari tempat nyepi, untuk melakukan pertapaan, seperti diketemukannya beberapa situs candi di lereng gunung Penanggungan (Jawa Timur), adanya puri tempat pertapaan “Mahkuto Romo” di lereng gunung Arjuno yang kemungkinan dibuat pada masa kejayaan kerajaan Singosari. Pada masa yang sama, bangsa Indonesia mendaki gunung untuk keperluan taktik perang. Panglima Jendral Sudirman dan para prajuritnya mendaki gunung dan perbukitan di daerah Jawa Tengah untuk menjalankan taktik perang gerilya melawan Belanda. Demikian pula Pahlawan Supriadi memimpin pasukan gerilya dengan menjelajahi kawasan gunung kelud di sekitar daerah Blitar-Jawa Timur.

Dari sini kita bisa melihat tujuan dari mendaki gunung menjadi semakin beragam. Kemudian, kegiatan mendaki gunung sudah berubah menjadi kegiatan yang bertujuan untuk hobi atau kesenangan diri sendiri. Para pendaki gunung telah memiliki tujuan yang lebih beragam lagi, yakni ingin menjadi orang pertama yang menjejakkan kaki di puncak-puncak gunung yang masih perawan. Mendaki gunung sudah berubah tujuannya, yakni untuk “kemasyuran”.

Mengapa mereka gila akan puncak gunung? Jadi, sebenarnya para pendaki gunung itu seperti seorang pemimpi yang haus untuk menggapai mimpinya, sehingga saat mimpi-mimpinya terwujud ada rasa bahagia dan kepuasan yang begitu besar dan seolah tak dapat diungkapkan atau ditukar dengan apapun. Dapat juga dikatakan bahwa seorang pendaki sebenarnya hamper sama dengan para penjelajah atau penemu seperti Colombus, Amerigo Vespucci atau Vesco da Gama yang berani menjelajah hanya sekedar untuk menjawab rasa ingin tahunya.

Para pendaki juga memiliki kesamaan sifat dan karakter dari seorang seniman seperti Leonardo Da Vinci, Van Gogh atau Affandi yang selalu melangkah dengan bebas, haus akan sesuatu yang baru, selalu berfikir dengan cara yang tak pernah terfikirkan oleh seorangpun sebelumnya, memiliki kepekaan sosial yang tinggi, rendah hati, unik dan selalu berbeda. Sampai pada akhirnya, ketabahan dan keihklasannya mampu mengantarkannya pada keagungan yang membuatnya hidup abadi sebagai Pecinta Alam sejati.

c. Pendaki

Pendaki secara umum dapat dikategorikan sebagai pendaki pemula dan pendaki professional. Pendaki pemula adalah seorang pendaki yang kurang

pengalamannya dalam mendaki gunung, baik pengalaman dalam membekali dirinya dengan pengetahuan-pengetahuan dasar kegiatan mendaki atau juga pengalaman dalam berkegiatan langsung di lapangan. Sedangkan pendaki professional adalah seorang pendaki yang sarat akan pengalaman, menguasai disiplin-disiplin ilmu yang menunjang kegiatan pendakian, dan paham akan resiko-resiko yang dihadapi, selain itu kategori pendaki professional juga dapat diartikan sebagai seseorang yang melakukan pendakian berdasarkan hobi dan memungkinkan dijadikan profesi, sehingga dapat dijadikan sumber penghidupan bagi dirinya, contohnya adalah: *porter*, *tour guide/hiking*, pembawa acara pendakian, *surveyor*, dan lain-lain.

5. Pondok Belantara

Organisasi Pondok Belantara Adventure Riau (Pembelajaran Tanpa Rasis) ini di dirikan pada tanggal 20 Desember 2014, dimana tepatnya adalah di jalan purwosari pandau makmur desa pandau jaya Kecamatan Siak Hulu Kabupaten Kampar, Riau. Pertama kali pondok terbentuk adalah dari ajang berkumpulnya beberapa orang yang mempunyai latar belakang yang berbeda-beda melakukan kegiatan-kegiatan yang bergelut di bidang lingkungan, pendidikan dan seni.

Dengan intensitas berkumpul yang sangat tinggi dan dengan pandangan-pandangan yang positif terkait lingkungan maka mulailah muncul ide-ide dari beberapa orang yang peduli akan pendidikan dan lingkungan yang ada di sekitar mereka, kepedulian itulah yang mendorong untuk membentuk sebuah wadah atau organisasi yang bergerak di bidang pendidikan dan pelestarian lingkungan di lingkungan sekitar.

Sejak didirikan, Pondok Belantara Adventure Riau telah melakukan beberapa kegiatan, baik itu kegiatan yang bersifat amal, seni, pendidikan, dan beberapa kegiatan lingkungan lainnya. Selain itu, Pondok Belantara Adventure Riau juga kerap kali melakukan pendakian-pendakian gunung di Indonesia khususnya disaat ada perayaan hari besar nasional.

Selama menjalankan kegiatannya, Pondok Belantara Adventure Riau memiliki sumber dana yang berasal dari sumbangan pribadi keluarga Pondok Belantara Adventure Riau, selain itu pondok belantara juga mengadakan kerja sama dengan organisasi-organisasi dan badan-badan lainnya yang tidak mengikat dalam mensosialisasikan kepedulian pendidikan dan kecintaan terhadap lingkungan dan seni. Adapun Visi dan Misi dari Pondok Belantara Adventure Riau adalah sebagai berikut: “Menciptakan generasi yang peduli terhadap pendidikan, lingkungan dan seni dengan tidak membeda-bedakan suku, ras, agama, adat, dan budaya”.

Dan adapun Misi dari Pondok Belantara Adventure Riau adalah:

- a) Mewujudkan generasi bangsa yang berwawasan dan berbudi pekerti sesuai dengan norma-norma agama.
- b) Aktif dalam usaha-usaha pelestarian alam dan lingkungan.
- c) Aktif dalam bidang kepedulian terhadap pendidikan.
- d) Melakukan pengabdian masyarakat.
- e) Berperan serta ikut mengawasi pengelolaan lingkungan berdasarkan undang-undang yang berlaku.
- f) Melakukan penelitian dan pengkajian pelestarian lingkungan hidup.

- g) Meningkatkan keterampilan-keterampilan khusus dan kemandirian yang berpotensi untuk menjadikan lapangan pekerjaan.
- h) Berkarya dengan beragam seni dan budaya. (Sumber : Komunitas Pondok Belantara Adventure Riau Kota Pekanbaru)

B. Definisi Operasional

1. Komunikasi.

Komunikasi adalah pesan adalah pesan yang dikirimkan seseorang (komunikator) kepada satu atau lebih penerima (komunikan) dengan maksud sadar untuk mempengaruhi tingkah laku si penerima.

2. Pola Komunikasi.

Pola Komunikasi adalah suatu model atau bentuk serta tata cara bagaimana seseorang melakukan suatu hal, sedangkan komunikasi tindakan yang dilakukan satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan serta adanya timbale balik antara keduanya. Jadi pola komunikasi adalah suatu komunikasi yang mempunyai karakter tertentu serta menyesuaikan pada tingkatannya masing-masing.

Pola komunikasi sangat menentukan situasi yang terjadi di dalam sebuah kelompok ataupun komunitas, apabila pola komunikasi yang terjalin berjalan dengan baik, maka situasi di dalam kelompok juga akan terasa nyaman dan menyenangkan tentunya hal ini akan mempengaruhi tingkat keberhasilan pada tujuan yang telah di tetapkan, dan demikian juga yang terjadi dengan pola komunikasi yang terjadi di dalam komunitas Pondok Belantara Adventure

Riau Kota Pekanbaru, apabila tujuan komunitas ingin tercapai maka system pola komunikasi yang di bangun akan sangat mempengaruhi proses pencapaian target tersebut.

3. Gaya Hidup.

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat, seperti mencari kesenangan dari uang yang dimiliki untuk melakukan aktifitas nyata berbelanja di mall atau supermarket, tentu saja member nilai tambah daripada berbelanja ditoko biasa. Adapun penggunaan waktu yang ada dengan gaya hidup merupakan kreatifitas individu dalam memanfaatkan waktu yang ada untuk kegiatan yang bermanfaat atau kegiatan untuk bersenang-senang.

4. Pendaki Gunung.

Pendakian adalah suatu olahraga keras, penuh petualangan, dan membutuhkan keterampilan, kecerdasan, kecerdasan serta daya juang tinggi, pendakian gunung berate suatu perjalanan atau petualangan ke puncak-puncak yang tinggi dan sulit hingga memerlukan waktu yang lama, bahkan sampai berbulan-bulan

5. Pondok Belantara.

Pondok Belantara Adventure Riau adalah Organisasi yang bergerak di bidang kepedulian terhadap pendidikan dan juga pelestarian alam. Dimana aktiv di dalam kegiatan-kegiatan yang bersifat amal, sosial dan juga kegiatan yang berkaitan dengan pendidikan dan juga alam lainnya.

C. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis:

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan Gaya Hidup dan Pola Komunikasi Pendaki Gunung Di Kalangan Komunitas Pondok Belantara Adventure Riau Kota Pekanbaru

Nama	Rindik Widodo	Rizky Almira Rahmawati	Miftah Afif Mahmuda
Tahun	2013	2013	2014
Judul	“Fenomena Gaya Hdup <i>Clubbing</i> Di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Pasundan Bandung”	<i>BACKPACKING</i> ALA MAHASISWA (Studi Deskriptif Tentang Gaya Hidup Pada Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya)	Studi Pengaruh Gaya Hidup Modern Masyarakat Indonesia Terhadap Visualisasi Iklan Televisi Tri Indie Versi “Anak Cowok” Dan “Anak Cewek”
Hasil Penelitian	<p>Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa <i>clubbers</i> memaknai gaya hidup yang mereka lakukan sebagai gaul, <i>hevefun</i>, <i>trend</i>, <i>happy</i>, serta untuk melepaskan kepenatan dan kejenuhan. Selain itu penampilan mereka hal penting bagi <i>clubbers</i>. Penampilan mereka yang <i>fashionable</i>, <i>glamour</i>, dandanannya yang memukau menunjukkan identitas mereka sebagai <i>clubbers</i>. Interaksi terjadi antara <i>clubbers</i> menghasilkan efek.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan hal-hal yang melatarbelakangi informan menjadi <i>backpacker</i>, hal tersebut diperoleh berdasarkan pada tujuan mahasiswa, pemilihan varian <i>backpacker</i> dan alasan pemilihan <i>backpacker</i> sebagai gaya perjalanannya. Proses persiapan dan pelaksanaan <i>backpacking</i> yang diperoleh berdasarkan pada pemilihan waktu untuk <i>backpacking</i>, memperoleh sumber budget <i>backpacking</i>, persiapan <i>backpacking</i>, dan dampak <i>backpacking</i>. Selain itu ialah interaksi yang dikembangkan antara informan dengan <i>backpacker</i> lain, <i>backpacker</i> yang tergabung dalam satu komunitas <i>backpacker</i> maupun <i>backpacker</i> yang tidak tergabung dengan komunitas tersebut.</p>	<p>Hasil dari penelitian ini adalah ditemukannya pengaruh gaya hidup modern masyarakat Indonesia terhadap visualisasi iklan televisi Tri Indie+ versi “Anak Cowok” dan “Anak Cewek”. Visualisasi iklan yang muncul dipengaruhi oleh berbagai gaya fashion, gemerlap perkotaan, pusat perbelanjaan, alat transportasi, dan realita sosial kemasyarakatan di Indonesia. Gaya desain dalam iklan memberikan kesan dan mendeskripsikan kehidupan masyarakat yang sedang berlangsung.</p>

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, penulis menemukan beberapa hal perbedaan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis, yaitu:

1. Persamaan, Persamaan dari ketiga penelitian ini yaitu sama-sama ingin meneliti gaya hidup mahasiswa, dengan penelitian yang penulis ambil yaitu menggunakan metode kualitatif. Pada pendekatan penelitian keduanya sama-sama ingin meneliti interaksi yang terjadi.
2. Perbedaan dalam penelitian ini adalah judul, tujuan, tempat, lokasi penelitian (geografis) dimana penelitian terdahulu bukan dari daerah Riau ataupun pulau Sumatera. Pendekatan dalam penelitian Rindik Widodo meneliti gaya hidup mahasiswa *clubbing* sedangkan peneliti sendiri yaitu meneliti gaya hidup anggota Komunitas Pondok Belantara Adventure Riau.