

BAB II

LANDASAN KONSEPTUAL

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan kegiatan penelitian. Dengan melihat penelitian-penelitian terdahulu, penulis menemukan ide untuk mengkaji sesuatu yang belum dikaji oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Selain itu, penulis juga dibantu untuk mengimajinasikan segala hal yang mungkin terjadi di lokasi penelitian. Di bawah ini penulis merangkum dua penelitian terdahulu yang judulnya memiliki kemiripan dengan judul penelitian yang dikerjakan penulis :

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Nama peneliti	Judul penelitian	Hasil penelitian
Yosef Andang Krisna Susanto Jati,2015	Motivasi Gamer Dalam Membeli Voucher Game Online	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>gamer</i> yang melakukan pembelian <i>voucher game online</i> memiliki motif tertarik akan

		<i>event game</i> yang didasari oleh kebutuhan akan penghargaan yang tinggi. Hal tersebut kemudian memunculkan dampak negatif berupa kecanduan bagi <i>gamer</i> yang tidak dapat mengontrol perilaku pembelian <i>voucher game online</i>. Berdasarkan pada dinamikayang dimiliki oleh <i>gamer</i> yang melakukan pembelian <i>voucher game</i>
--	--	--

		<i>online</i> , terlihat bahwa <i>gamer</i> memiliki kebutuhan akan penghargaan yang memunculkan motif tertarik pada <i>event game</i> .
Perbedaan : penelitian yang di kerjakan Yosef Andang Krisna Susanto Jati pada tahun 2015, meneliti tentang motivasi pengguna game dalam membeli voucher game online dan mengarah pada pengembangan Ilmu Psikologi. sedangkan penelitian yang dikerjakan penulis menelusuri dampak dari transaksi voucher game online pada komunikasi persuasif remaja dan mengarah pada pengembangan Ilmu Komunikasi.		

Sumber : Hasil Kajian Penulis,2021.

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Muhammad Adim Mizuari, 2019	Analisis Perilaku Konsumen Voucher Game Online (Studi Kasus Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku informan sebagai konsumen dalam pembelian voucher game online menuai perilaku yang beragam. Adapun yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam menggunakan voucher game online dalam konteks ini menimbulkan dua hal faktor besar yang dapat penulis uraikan. Yang

		pertama alasan informan sehingga membeli voucher game, kemudian dibalik alasan tersebut muncul motivasi yang menguatkan alasan dari informan untuk membelinya. Adapun hal yang kedua, adalah dampak sosial yang dialami oleh informan ketika kecanduan dalam memainkan fitur game online walaupun setiap informan memiliki caranya masing-masing untuk melepas dampak
--	--	---

		negatif tersebut.
Perbedaan : penelitian yang dikerjakan Muhammad Adim Mizuari pada tahun 2019 adalah menganalisis perilaku konsumen voucher game online dan mengarah pada pengembangan Ilmu Ekonomi. Sedangkan penelitian yang dilakukan penulis meneliti tentang dampak (positif dan negatif) yang ditimbulkan dari transaksi voucher game online pada komunikasi persuasif remaja.		

Sumber : Hasil Kajian Penulis,2021.

Dalam penelitian yang dilakukan kedua peneliti terdahulu yaitu Yosef Andang Krisna Susanto Jati dan Muhammad Adim Mizuari memiliki jenis penelitian yang berbeda. Muhammad Adim Mizuari pada penelitiannya menggunakan jenis penelitian lapangan (field research). Dalam penelitian Muhammad Adim Mizuari ditemukan adanya perilaku negatif dari transaksi voucher game online pada konsumen. Sedangkan Jenis penelitian yang digunakan Yosef Andang Krisna Susanto Jati sama dengan penulis yaitu Jenis penelitian Kualitatif. Dari

hasil penelitian Yosef Andang Susanto Jati juga ditemukan adanya dampak negatif berupa kecanduan bagi *gamer* yang tidak dapat mengontrol perilaku pembelian *voucher game online*.

2.2 Komunikasi

Adapun yang dibahas dalam komunikasi antara lain pengertian komunikasi, elemen-elemen komunikasi, tujuan komunikasi dan fungsi komunikasi sebagai berikut :

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Secara praktis atau dalam praktik kehidupan sehari-hari, definisi, makna, arti, atau pengertian komunikasi adalah proses penyampaian pesan kepada orang lain. Pesan (message) itu bisa berupa informasi, pemberitahuan, keterangan, ajakan, imbauan, bahkan provokasi atau hasutan. Kata kunci dalam komunikasi adalah pesan itu. Dari pesan itulah sebuah proses komunikasi dimulai. Komunikasi terjadi karena ada pesan yang ingin atau harus disampaikan kepada pihak lain. Hakikatnya komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya.

Rogers dan Kincaid, (Cangara,2002:19) mendefenisikan komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam. Sedangkan menurut Bernard Berelson dan Barry A. Stainer, (Wiryanto, 2004:7) mendefinisikan komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan

bahasa, gambar-gambar, bilangan, grafik dan lain-lain. Kegiatan atau proses penyampaian itulah yang biasa dinamakan komunikasi.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis mendefinisikan, komunikasi sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan baik perorangan maupun kelompok, yang disampaikan secara lisan atau melalui media sebagai perantara dengan tujuan untuk mengubah opini, persepsi dan keadaan sosial.

2.2.2 Elemen-Elemen Komunikasi

Elemen-elemen komunikasi yang membentuk proses komunikasi menurut Michael W. Gamble dan Teri Kwal Gamble dalam bukunya yang berjudul *Communications Works* (2005:10), yaitu :

1) *People*

Setiap proses komunikasi melibatkan manusia yang merupakan pihak pengirim pesan (*sender*) dan penerima pesan (*receiver*).

2) *Messages*

Messages adalah pesan yang ingin disampaikan oleh pihak pengirim kepada pihak penerima.

3) *Channels*

Manusia dapat mengirim dan menerima pesan dengan berbagai macam cara maupun media penerimaan, contohnya alat indera. Manusia juga dapat berkomunikasi secara verbal maupun non verbal. Inilah yang disebut *channel*, melalui apa dan bagaimana pesan tersebut disampaikan dan diterima.

4) *Noise*

Noise adalah gangguan-gangguan yang muncul dan mengurangi kemampuan untuk mengirim maupun menerima pesan dengan maksimal. Terdapat 2 macam gangguan yaitu gangguan internal dan gangguan eksternal. Gangguan internal dapat berupa keadaan psikologis, kemampuan intelektual, maupun keadaan fisik dari para komunikator. Sedangkan gangguan eksternal berasal dari lingkungan.

5) *Feedback*

Feedback adalah umpan balik yang diberikan oleh penerima kepada pengirim setelah menerima pesan. Dari *feedback* inilah pengirim pesan dapat melihat apakah pesan yang disampaikan diterima dengan baik oleh penerima sesuai dengan yang diinginkan oleh pengirim.

6) *Effect*

Effect adalah hasil dari interaksi dalam proses komunikasi. Efek komunikasi adalah pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Efek komunikasi dibedakan atas efek kognitif (pengaturan), afektif (sikap), dan konatif (tingkah laku).

Efek komunikasi dapat diukur dengan membandingkan antara pengetahuan, sikap, dan tingkah laku sebelum dan sesudah komunikasi menerima pesan, karena efek komunikasi adalah elemen penting untuk mengetahui berhasil atau tidaknya komunikasi yang diinginkan. Efek tersebut dapat dilihat sebagai pertukaran pengaruh.

2.2.3 Tujuan Komunikasi

Dalam berkomunikasi, komunikator pasti memiliki suatu tujuan tertentu.

Tujuan dari komunikasi dibagi menjadi empat (Effendy, 2003:55) yaitu:

1. Mengubah sikap (to change the attitude)
2. Mengubah opini/pendapat (to change the opinion)
3. Mengubah perilaku (to change the behavior)
4. Mengubah masyarakat (to change the society)

2.2.4 Fungsi Komunikasi

Selain tujuan, komunikasi memiliki fungsi tersendiri. Sebuah kelompok atau organisasi, komunikasi memiliki empat fungsi utama, (Robbins & Judge, 2011:5) :

- a. Kontrol : Fungsi ini menjelaskan bahwa untuk mengontrol perilaku anggota dalam suatu organisasi diperlukan cara-cara dalam bertindak. Organisasi memiliki hierarki otoritas dan garis panduan formal yang patut ditaati oleh karyawan. Contohnya adalah ketika seorang karyawan diwajibkan untuk mengomunikasikan segala keluhan yang berkaitan dengan pekerjaan kepada atasan langsung mereka atau saat karyawan diminta untuk mematuhi segala kebijakan yang telah dibuat oleh perusahaan.
- b. Motivasi : Komunikasi menjaga motivasi dilakukan dengan cara menjelaskan kepada anggota mengenai apa yang harus dilakukan, seberapa baik pekerjaan mereka dan apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kinerja sekitarnya yang dinilai kurang baik.
- c. Ekspresi emosional : Fungsi komunikasi ini adalah sebagai jalan keluar dari perasaan-perasaan anggotanya dalam memenuhi kebutuhan sosial. Sebagai contoh bagi banyak karyawan, kelompok kerja mereka adalah sumber utama

interaksi sosial yang merupakan sebuah mekanisme fundamental dimana melalui anggotanya mereka menunjukkan rasa frustrasi dan rasa puas mereka.

- d. Informasi : Komunikasi mempunyai peran sebagai pemberi informasi yang dibutuhkan baik oleh individu maupun kelompok yang digunakan untuk mengambil keputusan dengan cara menyampaikan data untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi pilihan-pilihan yang ada.

2.3 Komunikasi Persuasif

Adapun yang dibahas dalam komunikasi persuasif antara lain pengertian komunikasi persuasif, unsur-unsur komunikasi persusif, dan tujuan komunikasi persusif sebagai berikut :

2.3.1 Pengertian Komunikasi Persuasif

Istilah persuasi berasal dari kata latin, *Persuasion* yang kata kerjanya adalah *Persuade*, yang berarti membujuk, merayu, dan mengajak. Ada beragam definisi komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh para ahli ,menurut Kamus Ilmu Komunikasi (Rakhmat, 2008 : 14), komunikasi persuasif diartikan sebagai “Suatu proses untuk mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri”.

Komunikasi persuasif adalah komponen yang paling efektif karena mengandung gaya bicara, intonasi, pilihan kata, gerak-gerik, alat atau sarana komunikasi dengan mempengaruhi orang lain atau membuat perilaku orang lain berubah sesuai dengan keinginan kita dengan menggunakan

komunikasi persuasif (Purnawan, 2002: 13-14).

2.3.2 Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif

Adapun unsur-unsur dalam suatu proses komunikasi persuasif menurut Sumirat & Suryana (2014:2.25) adalah:

1. Persuader: adalah orang dari suatu sekelompok orang yang menyampaikan pesan dengan tujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat dan perilaku orang lain baik secara verbal maupun nonverbal.
2. Persuadee : adalah orang yang menjadi tujuan pesan itu tersampaikan di saluran oleh persuader baik secara verbal maupun nonverbal. Persuadee sebelum melakukan suatu aktivitas yang fundamental, aktivitas yang sifatnya intern, di dalam diri yakni belajar.
3. Pesan Persuasif : isi pesan persuasif juga perlu di perhatikan karena isi pesan persuasif harus berusaha untuk mengkondisikan, menguatkan, atau membuat perubahan tanggapan sasaran.
4. Saluran Persuasif : merupakan perantara di antara orang-orang yang berkomunikasi bentuk saluran tergantung dengan jenis komunikasi yang dilakukan.
5. Umpan Balik : balasan dari perilaku yang diperbuat, umpan balik bisa dalam bentuk eksternal dan internal. Umpan balik internal adalah reaksi persuader atas pesan yang disampaikan sedangkan umpan balik eksternal adalah reaksi penerima atas pesan yang disampaikan.
6. Efek : efek komunikasi persusif adalah perubahan yang terjadi pada diri persuadee sebagai akibat dan diterimanya pesan melalui proses komunikasi.

2.3.3 Tujuan Komunikasi Persuasif

Tujuan persuasif di sini identik dengan menginginkan efek, hasil, atau akibat yang terjadi pada khalayak sasaran. secara umum akibat atau hasil persuasi mencakup tiga aspek yaitu :

1. Aspek Kognitif, yaitu menyangkut kesadaran dan pengetahuan. Contohnya menjadi sadar dan ingat, menjadi tahu dan kenal.
2. Aspek afektif, yaitu menyangkut sikap, perasaan serta emosi. Dalam hal ini contohnya sikap setuju/ tidak setuju, perasaan sedih, gembira, benci dan menyukai.
3. Aspek konatif, yaitu menyangkut perilaku ataupun tindakan misalnya berbuat sesuatu seperti yang diinginkan, disarankan, atau yang tidak disarankan.

2.3.4 Dampak Komunikasi persuasif

Dampak komunikasi persuasif adalah perubahan yang terjadi pada diri persuader sebagai akibat dan diterimanya pesan melalui proses komunikasi, dampak yang bisa terjadi berbentuk perubahan sikap, pendapat dan tingkah laku(Maulana, 2013).

2.4 Game Online

Adapun yang dibahas dalam game online antara lain pengertian game online, sebagai berikut :

2.4.1 Pengertian Game Online

Game atau biasa disebut dengan permainan mempunyai beberapa pengertian, bisa dilihat bahasa maupun secara teori. game diambil dari Bahasa Inggris yang bisa di artikan permainan. Dalam hal ini Permainan yang dimaksud merujuk pada pengertian intelektual dan kelincahan.

Menurut Bettelheim (Tedjasaputra, 2007), permainan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan dengan adanya aturan serta memiliki persyaratan yang dimana telah disetujui bersama dan ditentukan untuk melakukan kegiatan tindakan yang memiliki tujuan.

Game sangat lekat dengan anak-anak. Pada zaman modern seperti sekarang yang di lihat dari perkembangan yang semakin pesat di bidang teknologi. Dampak dari kemajuan teknologi inilah yang merambah ke berbagai aspek dalam kehidupan, dibuktikan dengan terciptanya *game online*. game online adalah per mainan yang dimainkan secara virtual yang menarik minat anak-anak dan remaja saja tapi juga orang dewasa.

2.5 Game Online Free Fire

Garena Free Fire atau biasa disebut *Free Fire* (sering disingkat **FF**) adalah permainan battle royale yang dikembangkan oleh 111 Dots Studio dan diterbitkan oleh Garena untuk Android dan iOS. Itu menjadi permainan seluler yang paling banyak diunduh secara global pada tahun 2019. Karena popularitasnya, permainan ini menerima penghargaan untuk "Best Popular Vote Game" oleh Google Play Store pada tahun 2019. Pada Mei 2020, *Free Fire* telah mencetak rekor dengan lebih dari 80 juta pengguna aktif harian di seluruh

dunia. Pada November 2019, *Free Fire* telah mendapat lebih dari US\$1 miliar di seluruh dunia.

Garena Free Fire merupakan salah satu permainan mobile battle royale paling populer setelahnya *PUBG Mobile*, *Fortnite Battle Royale*, dan *Call of Duty: Mobile*. *Free Fire* adalah permainan keempat yang paling banyak diunduh di *Google Play Store* pada kuartal keempat tahun 2018, dan merupakan permainan keempat yang paling banyak diunduh di seluruh dunia pada tahun 2018 di *iOS* dan *Google Play Store* secara bersamaan.

Judul ini memperoleh sekitar 182 juta unduhan pada tahun 2018, menjadikannya permainan seluler battle royale kedua yang paling banyak diunduh (di atas *Fortnite Battle Royale* dan di belakangnya saja *PUBG Mobile*), dan mendapat sekitar \$19,3 juta pendapatan bulanan hingga Desember 2018, menjadi kesuksesan finansial yang signifikan *Garena*. Pada Februari 2020, *Free Fire* memiliki 500 juta unduhan di *Google Play Store*. *Free Fire* mendapat penghargaan sebagai game *Battle Royale* terbaik di Pocket Gamer Awards 2021.

Game online free fire adalah permainan yang memiliki kecanggihan dengan aksi petualangan dari genre battle royale, dimana gamer dapat memilih karakter, senjata, tempat yang diinginkan sesuai level permainan dan dapat dimainkan secara bersamaan dalam waktu yang sama karena terhubung dengan jaringan internet sehingga mendatangkan emosi (rasa puas, senang, dan bosan, sedih, dll). Game free fire merupakan jenis game online action-adventure yang menggunakan orang ketiga sebagai pemainnya.

(sumber : <https://id.wikipedia.org/wiki/garena>)

2.5.1 Alur Permainan Game Online Free Fire

Gameplay Free Fire adalah dimana semua pemain dikerahkan dengan pesawat dan wajib melakukan terjun bebas. Tiap pemain juga harus mencari senjata dan peralatan medis ketika dikirim untuk bertarung melawan pemain lain dan bertahan hidup. Di tengah permainan nanti akan ada pesawat yang lewat dan meluncurkan *airdrop* dalam bentuk kotak besar berisi rompi anti peluru, helm, senjata khusus seperti AWM, Groza, M79 dan M249 ataupun senapan mesin. Menemukan *airdrop* juga tidak sulit. Kotak ini akan memancarkan garis vertikal atau lurus dari langit dengan cahaya kuningnya. Untuk lebih memanjakan pemain, Free Fire memberi indikator untuk barang-barang dalam *airdrop*. Jika semuanya telah diambil, cahayanya akan hilang, dan sebaliknya cahayanya akan tetap menyala jika ada elemen yang belum diambil. Pada waktu-waktu tertentu permainan, Zona Bahaya akan muncul, lingkaran zona bahaya akan berwarna merah jika dilihat dari peta.

Di daerah-daerah tertentu dari zona bahaya akan terjadi ledakan. Dalam mode *squad*, seseorang yang terkena ledakan akan berada dalam kondisi *hit* tetapi jika itu terjadi pada mode *solo*, pemain tersebut akan langsung mati. Waktu bermain yang lama dan peta yang luas tidak akan membuat permainan ini berakhir jika tidak ada zona bahaya. Di luar zona aman, darah pemain akan terus berkurang. Jika pemain berada di area aman yang terlalu kecil, adrenalin pemain akan ikut meningkat mengingat sebentar lagi pemain harus bermigrasi ke zona lain. Di sinilah kamu dapat melihat kualitas pemain. Selain kebutuhan akan keterampilan perang dan kemampuan untuk bertahan

hidup, permainan bertahan hidup ini juga membutuhkan ketenangan dan keberuntungan.

(sumber : <https://id.wikipedia.org/wiki/garena>)

2.6 Voucher Game

Game online adalah permainan yang membutuhkan biaya untuk mengaksesnya. Pengguna game harus mengeluarkan sejumlah biaya untuk akses internet dan biaya untuk membeli uang virtual yang biasa kita kenal dengan sebutan *voucher*. *Voucher* adalah alat pembayaran virtual dalam industri *game online*, jika ingin bermain *game online* pemain membeli *voucher* untuk mendapatkan beberapa perlengkapan game, *Voucher* bisa didapatkan tempat bermain *game online* (Ayu, 2013).

Voucher digunakan sebagai alat penunjang untuk membeli kelengkapan dalam game. Untuk mendapatkan item atau alat penunjang game, *gamer* tidak hanya mengandalkan uang koin dalam game, ada beberapa item yang memerlukan biaya oleh karna itu *voucher game* digunakan sebagai alat pembayaran.

Dalam game *free fire*, *gamer* menggunakan *voucher game* untuk membeli diamond atau *top up* diamond . Diamond dalam *free fire* memiliki kegunaan sebagai alat pembayaran untuk mendapatkan item-item dalam game, misalnya pakaian,kendaraan,senjata dan item lainnya yang mempunyai periode waktu tertentu (terbatas). Untuk membeli *voucher game free fire* bisa dibeli dalam game tersebut, bisa juga dibeli dari sesama pemain menjual jasa *voucher game online*

atau dibeli diluar game melalui pusat perbelanjaan yang menyediakan jasa penjualan *voucher game* tersebut.

2.7 Dampak

Dampak menurut KBBI adalah benturan, pengaruh kuat yang mendatangkan akibat (baik negatif maupun positif), benturan yang cukup hebat antara dua benda sehingga menyebabkan perubahan yang berarti dalam momentum (pusa) sistem yang mengalami benturan itu. Dampak merupakan keinginan seseorang untuk meyakinkan, mempengaruhi, membujuk, atau membuat kesan pada orang lain, yang mempunyai tujuan agar orang lain mendukung dan mengikuti keinginannya. Dampak bisa juga kita artikan sebagai pengaruh atau akibat. Dampak menurut Waralah Rd Cristo (2008 : 12) adalah suatu yang diakibatkan oleh sesuatu yang dilakukan, bisa positif atau negatif atau pengaruh kuat yang mendatangkan akibat baik negatif atau positif.

Dampak di bagi atas 2, yaitu :

1. Dampak Positif

Dampak positif adalah suasana jiwa yang mengutamakan dan mengandalkan pikiran yang jernih. Positif biasa mengutamakan kegembiraan dan optimisme dalam melakukan suatu kegiatan. Bagi orang yang berpikiran positif jarang berpikiran yang buruk tentang sesuatu, jika orang yang berpikir positif memikirkan hal yang buruk maka ia akan memulihkan dirinya sendiri agar berpikir positif kembali.

2. Dampak Negatif

Dampak negatif adalah pengaruh yang membuat seseorang melakukan atau mengakibatkan hal negatif. Dampak merupakan keinginan seseorang untuk meyakinkan, mempengaruhi, membujuk, atau membuat kesan pada orang lain, yang mempunyai tujuan agar orang lain mendukung dan mengikuti keinginannya. negatif adalah pengaruh yang timbul dan memiliki dampak yang buruk.

Jadi dilihat dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan dampak negatif adalah keinginan seseorang untuk untuk meyakinkan, mempengaruhi, membujuk, atau membuat kesan pada orang lain, yang mempunyai tujuan agar orang lain mendukung dan mengikuti keinginannya yang buruk dan menimbulkan akibat tertentu dapat mencelakakan orang lain.

2.7.1 Dampak Negatif Dan Positif Game Online

➤ Dampak Positif Game Online

Dampak positif ditimbulkan aktivitas bermain game adalah mengusir stress aktivitas ini dapat merilekskan ketegangan saraf. Disamping itu aktivitas bermain game untuk jenis game tertentu dapat bermanfaat dalam terapi fisik. Dampak positif game online lainnya sebagai berikut:

1. Pemain dapat bersosialisasi dengan player lain tanpa dibatasi ruang dan waktu.
2. Melatih respon cepat berpikir dan bertindak.
3. Kreatif dalam membuat game online menjadi Bisnis.
4. Mudah mendapatkan teman/Punya teman di berbagai daerah dan bahkan Negara.
5. Mempunyai rasa kepedulian dengan membantu teman yang baru merasakan bermain Game Online .

➤ Dampak Negatif Game Online

1. Kurang mengenali lingkungan sekitar.
2. Kurang menjaga kesehatan dan kebersihan diri.
3. Melalaikan tugas atau kewajiban di rumah, sekolah, dan lain-lain.
4. Boros karena beli voucher kouta.
5. Menghabiskan uang untuk membeli voucher game.

(sumber :<https://www.kompasiana.com/maulidasapira/dampak-positif-dan-negatif-bermain-game-online>)

2.8 Remaja

Remaja merupakan masa yang penting dalam perjalanan kehidupan manusia, Masa remaja ini merupakan jembatan antara masa kanak-kanak yang bebas menuju masa dewasa yang menuntut tanggung jawab (Kusmiran, 2011).

Pengertian Remaja	Rentang Usia Remaja	Perubahan Remaja
Remaja adalah suatu masa dimana individu berkembang dari saat pertama kali menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan sosial. Individu yang mengalami perkembangan psikologis dan pola identifikasi dari anak-anak menjadi dewasa. Serta individu yang mengalami peralihan dari ketergantungan menjadi keadaan yang relatif lebih mandiri (Sarwono, 2013).	- Remaja awal (11-14 tahun) - Remaja menengah (15-17 tahun) - Remaja akhir (18-21 tahun)	- Peningkatan emosional yang terjadi secara cepat pada masa remaja awal yang dikenal sebagai masa storm & stress. - Perubahan yang cepat secara fisik juga disertai dengan kematangan seksual. - Perubahan dalam hal yang menarik bagi dirinya dan hubungannya dengan orang lain. - Perubahan nilai, di mana apa yang mereka anggap penting pada masa kanak-kanak menjadi kurang penting, karena telah mendekati dewasa.