

Nomor Daftar FPIPS: 6067/UN40.A2.5.5/PT2025

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP
GAYA HIDUP HEDONIS PESERTA DIDIK SMP X**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan dalam Program Studi Pendidikan IPS*



**Disusun oleh:
Shai Flora Azanny
1909450**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2025

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* TERHADAP
GAYA HIDUP HEDONIS PESERTA DIDIK SMP X**

Oleh:

Shai Flora Azanny

1909450

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Ilmu
Pengetahuan Sosial

© Shai Flora Azanny

Universitas Pendidikan Indonesia Agustus 2025

Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak,
difotocopy, atau dengan cara lainnya tanpa izin penulis

LEMBAR PENGESAHAN

SHAI FLORA AZANNY

**Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Gaya Hidup
Hedonis Peserta Didik SMP Negeri 7 Bandung**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

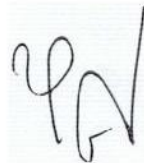
Pembimbing I



Drs. H. Faqih Samlawi, M.A.

NIP. 19600408 198803 1 001

Pembimbing II



Muhammad Arief Rakhman, S.E., M.Pd.

NIP. 19890105 201903 1 012

Mengetahui

Ketua Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial



Prof. Dr. Sapriya, M.Ed.

NIP. 19630820 198803 1 001

“Pengaruh Penggunaan Media Sosial *Instagram* terhadap Gaya Hidup

Hedonis Peserta Didik SMP X”

Shai Flora Azanny (1909450)

shaiflorazany@upi.edu

Skripsi Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan

Sosial Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Universitas Pendidikan Indonesia

ABSTRAK

Instagram menjadi salah satu media sosial yang paling populer di kalangan remaja, termasuk peserta didik SMP. Penggunaannya tidak hanya sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga sebagai tempat membentuk identitas diri dan mengikuti berbagai tren. Paparan terhadap konten yang menampilkan gaya hidup ideal di *Instagram* berpotensi mendorong peserta didik untuk meniru gaya hidup konsumtif tanpa mempertimbangkan kebutuhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial *Instagram* terhadap gaya hidup hedonis peserta didik SMP X. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode penelitian korelasional. Penelitian ini melibatkan sebanyak 175 responden sebagai sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner dengan skala Likert. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan diperoleh nilai thitung sebesar $15,442 > t_{tabel} 1,974$, yang artinya variabel Penggunaan Media Sosial *Instagram* berpengaruh terhadap variabel Gaya Hidup Hedonis.

Kata kunci: *Instagram*, Media Sosial, Gaya Hidup Hedonis

***“The Influence of Instagram Social Media Usage on the Lifestyle of Students
at SMP X”***

Shai Flora Azanny (1909450)

shaiflorazany@upi.edu

*Thesis of Social Sciences Education Study
Program Faculty of Social Science
Education Indonesia University of Education*

ABSTRACT

Instagram is one of the most popular social media platforms among teenagers, including junior high school students. Its usage is not only for communication and entertainment, but also as a space to shape self-identity and follow various trends. Exposure to content showcasing an ideal lifestyle on Instagram has the potential to encourage students to adopt a consumptive lifestyle without considering actual needs. This study aims to determine the influence of Instagram social media usage on the hedonistic lifestyle of students at SMP X. The approach used is a quantitative approach with a correlational research method. This study involved 175 respondents as samples using purposive sampling technique. The data collection technique used was a questionnaire with a Likert scale. Hypothesis testing in this study was conducted using simple linear regression analysis. The results showed a significance value of $0.000 < 0.05$ and a t -count of $15.442 > t\text{-table } 1.974$, which indicates that Instagram social media usage has an influence on the hedonistic lifestyle variable.

Keywords: Instagram, Social Media, Hedonistic Lifestyle

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Pendidikan IPS	11
2.1.1 Definisi Pendidikan IPS	11
2.1.2 Tujuan Pendidikan IPS.....	12
2.1.3 Pendidikan IPS di Era Digital	13
2.2 Media Sosial	14
2.2.1 Definisi Media Sosial	14
2.2.2 Karakteristik Media Sosial.....	15
2.2.3 Indikator Penggunaan Media Sosial.....	16
2.2.4 Literasi Digital dalam Media Sosial.....	17
2.2.5 <i>Instagram</i>	18

2.3	Gaya Hidup Hedonis.....	20
2.3.1	Definisi Gaya Hidup Hedonis.....	20
2.3.2	Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis.....	22
2.3.3	Aspek Gaya Hidup Hedonis	23
2.3.4	Karakteristik Gaya Hidup Hedonis	24
2.3.5	Indikator Gaya Hidup Hedonis	25
2.4	Landasan Teori	26
2.4.1	<i>Hipodermic Needle Theory</i>	26
2.4.2	<i>Uses and Gratification Theory</i>	27
2.5	Penelitian Terdahulu	29
2.6	Kerangka Berpikir	31
2.7	Hipotesis Penelitian	33
2.7.1	Hipotesis Nol (H_0)	33
2.7.2	Hipotesis Alternatif (H_1)	33
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Desain Penelitian.....	34
3.1.1	Variabel Bebas (<i>Independent Variabel</i>).....	34
3.1.2	Variabel Terikat (<i>Dependent Variabel</i>)	35
3.2	Populasi dan Sampel	37
3.2.1	Populasi Penelitian	37
3.2.2	Sampel Penelitian	38
3.3	Definisi Operasional Variabel	39
3.4	Lokasi dan Subjek Penelitian	42
3.4.1	Lokasi Penelitian	42
3.4.2	Subjek Penelitian	42
3.5	Teknik Pengumpulan Data	42
3.5.1	Kuesioner	42
3.5.2	Studi Literatur	43
3.6	Prosedur Penelitian	43
3.7	Instrumen Penelitian	44
3.8	Uji Persyaratan Instrumen	47
3.8.1	Uji Validitas.....	47
3.8.2	Uji Reliabilitas	51
3.9	Teknik Analisis Data.....	53

3.9.1	Analisis Data Deskriptif.....	53
3.9.2	Uji Asumsi Klasik	53
3.9.3	Analisis Korelasi.....	54
3.9.4	Uji Hipotesis.....	55
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		57
4.1	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	57
4.2	Deskripsi Data Penelitian	57
4.2.1	Deskripsi Variabel Pengaruh Media Sosial <i>Instagram</i> di SMP X ..	57
4.2.2	Deskripsi Variabel Gaya Hidup Hedonis di SMP X	66
4.3	Uji Asumsi Klasik	73
4.3.1	Uji Normalitas	73
4.3.2	Uji Linearitas	75
4.3.3	Analisis Korelasi.....	76
4.3.4	Uji Hipotesis	77
4.4.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
4.4.1.	Gambaran Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> oleh Peserta Didik SMP X dalam Kehidupan Sehari-hari	78
4.4.2	Tingkat Gaya Hidup Hedonis Peserta Didik SMP X dalam Konteks Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	81
4.4.3	Pengaruh Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> terhadap Gaya Hidup Hedonis Peserta Didik SMP X.....	83
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN		85
5.1	Simpulan.....	85
5.2	Implikasi	86
5.2.1	Implikasi Secara Teoritis	86
5.2.2	Implikasi Secara Praktis.....	87
5.3	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN		95
.....		120
RIWAYAT HIDUP		121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konsep	32
Gambar 3.1	Ketentuan Jumlah Sampel Krejcie & Morgan.....	38
Gambar 3.2	Langkah-langkah Penelitian	43
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas dengan Probability Plot	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.	Variabel Media Sosial <i>Instagram</i>	34
Tabel 3.2.	Variabel Gaya Hidup Hedonis.....	35
Tabel 3.3	Data Populasi.....	37
Tabel 3.4	Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 3.5	Bobot Nilai Skala Likert	42
Tabel 3.6	Kisi-Kisi Kuesioner Variabel X	44
Tabel 3.7	Kisi-Kisi Kuesioner Variabel Y	45
Tabel 3.8.	Pedoman Interpretasi Validitas	47
Tabel 3.9.	Hasil Uji Validitas Instrumen Media Sosial <i>Instagram</i>	48
Tabel 3.10.	Hasil Uji Validitas Instrumen Gaya Hidup Hedonis.....	49
Tabel 3.11	Pedoman Interpretasi Reliabilitas.....	51
Tabel 3.12	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Angket Media Sosial <i>Instagram</i>	51
Tabel 3.13	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Angket Gaya Hidup Hedonis	52
Tabel 3.14	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	53
Tabel 4.1	Hasil Deskriptif Statistik Variabel Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	57
Tabel 4.2	Kategori Deskripsi Variabel dan Indikator Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	57
Tabel 4.3	Hasil Deskriptif Statistik Indikator Variabel Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	57
Tabel 4.4	Rata-Rata Indikator Partisipasi.....	58
Tabel 4.5	Rata-Rata Indikator Keterbukaan.....	59
Tabel 4.6	Rata-Rata Indikator Percakapan.....	61
Tabel 4.7	Rata-Rata Indikator Komunitas.....	62
Tabel 4.8	Rata-Rata Indikator Menghubungkan.....	63
Tabel 4.9	Hasil Deskriptif Statistik Variabel Gaya Hidup Hedonis	65
Tabel 4.10	Kategori Deskripsi Variabel dan Gaya Hidup Hedonis.....	57
Tabel 4.11	Hasil Deskriptif Statistik Indikator Variabel Gaya Hidup Hedonis...	66

Tabel 4.12	Rata-Rata Indikator Pengembangan Rasa Ingin Tahu dan Keterbukaan terhadap Perubahan	67
Tabel 4.13	Rata-Rata Indikator Peningkatan Diri.....	68
Tabel 4.14	Rata-Rata Indikator Hiburan dan Kesenangan	69
Tabel 4.15	Rata-Rata Indikator Gaya Konsumsi	70
Tabel 4.16	Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4.17	Hasil Uji Linieritas	73
Tabel 4.18	Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	74
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi	74
Tabel 4.20	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Surat Perizinan Penelitian.....	94
Lampiran 1.2 Instrumen Penelitian Variabel Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i> ...	95
Lampiran 1.3 Instrumen Penelitian Variabel Gaya Hidup Hedonis.....	99
Lampiran 1.4 Hasil Jawaban Instrumen Penelitian Variabel Penggunaan Media Sosial <i>Instagram</i>	103
Lampiran 1.5 Hasil Jawaban Instrumen Penelitian Variabel Gaya Hidup Hedonis..	109
Lampiran 1.6 Output Perhitungan SPSS.....	115
Lampiran 1.7 Dokumentasi.....	117

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2020). Viralitas konten di media sosial. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*, 1(2), 149–160.
<https://www.researchgate.net/publication/348296842>
- Ambarsari, A., Handoyo, E., Pramono, S. E., Masrukhi, M., & Suyahmo, S. (2023). Guru IPS yang ideal di era digital. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana*, 2023, 112-116.
- Amstrong, G., & Kotler, P. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Prenhalindo.
- Anwar Sanusi. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketujuh. Jakarta: Salemba Empat.
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2011). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Atmoko, D. B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: A review of concepts. *Journal of Documentation*, 57(2), 218-259.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Pendekatan, Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Deviana, T. (2018). Pengaruh religiusitas, peer attachment, dan karakteristik penggunaan media sosial *Instagram* terhadap perilaku hedonis mahasiswi. UIN Jakarta.
- Donni, J. P. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

- Fadilah, R. (2020). Pengaruh Konten *Influencer* terhadap Aspirasi Gaya Hidup Remaja. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 72–80.
- Fatmawati, E., & Safitri, E. (2020). Kemampuan literasi informasi dan teknologi mahasiswa calon guru menghadapi pembelajaran di era revolusi industri 4.0. *Edukasi: Jurnal Pendidikan*, 18(2), 214-224. <http://dx.doi.org/10.31571/edukasi.v18i2.1863>
- Firman, F. (2018). Hubungan self-control dengan kecenderungan narsistik siswa pengguna *Instagram* di SMP Negeri 2 Padang.
- Ghazali, M. (2016). *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Malaysia: Publishing House.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Harnoto, T. (2018). Keputusan pembelian smartphone oleh mahasiswa: Kelompok acuan atau gaya hidup. *Journal Ilmu Komunikasi*, 30(2), 181–197. <https://ojs.uaajy.ac.id/index.php/modus/article/download/1708/1188>
- Hayat, V. Z. (2024). Gaya hidup sehat dan nilai religius pada kalangan Muslimah melalui *Instagram*. UIN Jakarta.
- Idrus, M. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Erlangga.
- Indriani, L., & Nurmawati, N. (2024). Pengaruh sosial media terhadap gaya hidup siswa hedonisme SMPN 33 Bekasi. *JIIP–Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(2), 1395–1398.
- Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2001), 65
- Jonathan, S., & Ely, S. (2010). *Riset Akuntansi Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2019). Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi. *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130–139. <https://doi.org/10.15548/alqalb.v9i2.861>
- Kiftiyah, L. M. (2022). Pengaruh regulasi diri dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif produk *fashion* pada mahasiswi (Skripsi).
- Komaruddin. (1994). *Ensiklopedia Manajemen (Edisi ke-2)*. Jakarta: Bina Aksara.

- Krisnamurti, M. H. A. P. (2024). Pengaruh intensitas penggunaan *Instagram Stories* terhadap gaya hidup hedonis pada siswa SMA Islam Cikal Harapan 1 BSD Tangerang Selatan (Doctoral dissertation, IAIN Salatiga).
- Krisnanda, V. D., & Suhardita, K. (2023). The influence of *Instagram* social media on hedonist lifestyle in Indonesian vocational school of adolescents. *Journal of Academia Perspectives*, 3(1), 37–45.
- Kuncoro, M. (2005). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi* (Edisi pertama). Jakarta: Erlangga.
- Kurnia. (2014). *Pendidikan IPS*. Jakarta: Rajawali Press.
- Martin, A. (2006). Literacies for the digital age: Preview of part 1. In A. Martin & D. Madigan (Eds.), *Digital Literacies Learning* (pp. 3-25). London: Facet Publishing.
- Mayfield, A. (2008). What is social media? [Online] Available from: http://www.icrossing.co.uk/fileadmin/uploads/eBooks/What_is_Social_Media_iCrossing_ebook
- Miranda, S., & Lubis, E. E. (2017). Pengaruh *Instagram* sebagai media online shopping *fashion* terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau.
- Mulawarman, & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku pengguna media sosial beserta implikasinya ditinjau dari perspektif psikologi sosial terapan.
- Morissan, *Teori Komunikasi Massa*, (Penerbit Ghalia Indonesia, 2013), 82
- Nanang, M. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Medika.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nugroho, A. (2022). *Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Gaya Hidup Konsumtif pada Remaja*. Skripsi. Universitas Indonesia.

- Nurfathria, S., & Uyun, Z. (2023). Hubungan konsep diri dan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* dengan gaya hidup hedonis mahasiswa (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Nurhajati, W. A., & Iriani, E. (2022). Initiation of family school for parenting of Industrial Era 4.0 in Jombang East Java.
- Nurudin. (2003). *Komunikasi massa*. Malang: Cespur.
- Nurudin. (2011). *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Oktaviani, D. (2019). Pengaruh media sosial terhadap gaya hidup mahasiswa IAIN Metro.
- Pulungan, D. R., Koto, M., & Syahfitri, L. (2018). Pengaruh gaya hidup hedonis dan kecerdasan emosional terhadap perilaku keuangan mahasiswa. Seminar Nasional Royal (SENAR, 9986) (September), 401–406.
- Putri, M. (2019). Fenomena Flexing dan Self-Reward di Kalangan Remaja sebagai Bentuk Ekspresi Gaya Hidup. *Jurnal Psikologi Sosial*, 4(1), 65–78.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika*, 1(1), 18–29.
- Rahmawati, D., & Setiawan, B. (2021). Media Sosial dan Perbandingan Sosial: Studi Dampak Psikologis pada Remaja. Jakarta: Pustaka Digital.
- Ramadhani, A. (2021). Pengaruh Penggunaan *Instagram* terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Siswa SMA. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Richard West dan Lynn H. Tunner, Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi Buku 1 Edisi 3, (Jakarta: Salemba Humanika, 2013), 105
- Sapriya, dkk. (2007). Pengembangan IPS di SD. Bandung: UPI PRESS.
- Sapriya. (2009). Pendidikan IPS. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sari, N., & Prasetyo, H. (2020). Media Sosial dan Identitas Remaja: Studi Kasus pada Pengguna *Instagram* di Jakarta. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(3), 110–125.
- Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, Teori Komunikasi Massa Edisi 5, (Jakarta: Salemba Humanika, 2018), 298-299

- Utami, D. K. I., & Widyadharma, I. P. E. (2022). Hubungan durasi penggunaan media sosial dengan gangguan kualitas tidur remaja di SMP Negeri 1 Mengwi.
- Utari, M., & Rummyeni, R. (2017). Pengaruh media sosial *Instagram* Akun @princessyahrini terhadap gaya hidup hedonis para followersnya.
- Vidi, N. S. P., Rahmawati, U., & Novitasari, D. (2021). Fenomena gaya hidup hedonisme di *Instagram*. *Jurnal MASSA*, 2(2), 188–195.
- Wijayanti, M. (2018). Hedonisme sebagai identitas pengguna media sosial *Instagram* di Bandarlampung.