

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah melahirkan perubahan besar dalam cara manusia berinteraksi. Salah satu bentuk paling nyata dari perkembangan tersebut adalah kehadiran media sosial. Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan penggunanya berpartisipasi dalam menciptakan, berbagi, dan mendistribusikan informasi, baik dalam bentuk teks, gambar, video, maupun audio. Laughey dan McQuail (dalam Mulawarman & Nurfitri, 2017, hlm. 37) menjelaskan bahwa media sosial menyediakan ruang interaktif yang memungkinkan setiap individu tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga produsen informasi. Hal ini menjadikan media sosial berbeda dari media tradisional yang cenderung bersifat satu arah.

Definisi media sosial juga diuraikan oleh Nasrullah (2020, hlm. 11) yang menyebutkan bahwa media sosial menggabungkan komunikasi personal dan komunikasi publik. Artinya, melalui media sosial seseorang dapat melakukan percakapan pribadi sekaligus menyebarkan informasi ke khalayak luas pada waktu yang bersamaan. Ardianto (dalam Watie, 2011, hlm. 71) menambahkan bahwa media sosial memiliki kemampuan untuk membentuk opini publik, menciptakan tren, hingga mendorong lahirnya gerakan sosial. Fungsi ganda media sosial ini menjadikannya bukan sekadar alat komunikasi, tetapi juga instrumen budaya digital yang memengaruhi cara berpikir, berinteraksi, dan berperilaku masyarakat modern.

Peran media sosial semakin krusial di era digital saat ini. Data yang dirilis oleh We Are Social dan Meltwater pada tahun 2025 menunjukkan bahwa lebih dari 5 miliar orang di dunia telah menggunakan media sosial, yang setara dengan lebih dari 60% populasi global. Angka ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat dunia. Tidak hanya di kalangan orang dewasa, media sosial juga telah merambah ke usia remaja dan anak-anak. Hal ini menegaskan bahwa media sosial tidak lagi menjadi kebutuhan tambahan, melainkan bagian penting dari gaya hidup masyarakat modern.

Di antara berbagai jenis media sosial yang ada, *Instagram* menempati posisi yang sangat dominan, khususnya di kalangan generasi muda. *Instagram* pertama kali dikembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada tahun 2010 sebagai aplikasi berbagi foto di perangkat iOS, sebelum kemudian diperluas ke Android pada tahun 2012. Tahun yang sama, Facebook mengakuisisi *Instagram* senilai 1 miliar USD, yang kemudian mendorong pengembangan fitur-fitur baru seperti Stories, Explore, Direct Messaging, Reels, dan Shopping (Deviana, 2018, hlm. 23). Transformasi tersebut menjadikan *Instagram* bukan sekadar aplikasi berbagi foto, tetapi juga platform interaksi sosial, hiburan, ekspresi diri, hingga bisnis digital.

Laporan Digital Global Overview 2025 menempatkan *Instagram* sebagai media sosial paling populer di dunia dengan persentase 16,6% pengguna aktif berusia 16 tahun ke atas. Angka ini melampaui WhatsApp (16,0%) dan Facebook (13,1%), sekaligus menegaskan dominasi kelompok usia 16–24 tahun dalam penggunaan *Instagram*. Fakta tersebut menunjukkan bahwa *Instagram* memiliki daya tarik yang kuat bagi kalangan remaja, terutama karena fitur-fitur yang dirancang untuk mendukung aktivitas visual, interaktif, dan berbasis tren.

Kondisi di Indonesia juga memperlihatkan fenomena serupa. Data NapoleonCat per Januari 2025 mencatat pengguna *Instagram* di Indonesia mencapai 92,6 juta orang atau sekitar 32,5% populasi. Sebagian besar pengguna berasal dari kelompok usia 18–34 tahun dengan dominasi perempuan. Walaupun data spesifik untuk kelompok usia 13–17 tahun tidak dijabarkan secara detail, besarnya jumlah pengguna pada rentang usia 18–24 tahun menunjukkan bahwa peserta didik SMP yang berada dalam kategori remaja awal sangat dekat dengan pola penggunaan *Instagram*. Situasi ini mengindikasikan bahwa *Instagram* telah menjadi bagian dari keseharian remaja Indonesia, termasuk peserta didik di tingkat SMP.

Penelitian terdahulu juga memperlihatkan hubungan yang konsisten antara penggunaan media sosial dan gaya hidup hedonis. Utari & Rummyeni (2017, hlm. 60) menemukan bahwa remaja sering terdorong membeli produk yang dipromosikan influencer tanpa mempertimbangkan kebutuhan. Wijayanti (2018, hlm. 75) mengungkap bahwa paparan gaya hidup mewah di *Instagram*

menimbulkan dorongan untuk meniru pola hidup yang tidak sesuai dengan kondisi ekonomi keluarga. Oktaviani (2019, hlm. 92) menambahkan bahwa penggunaan berlebihan memperkuat sikap individualistis dan orientasi pada validasi sosial. Temuan-temuan tersebut memperkuat dugaan bahwa *Instagram* memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan gaya hidup hedonis, terutama di kalangan remaja.

Fenomena penggunaan *Instagram* dan kaitannya dengan gaya hidup hedonis telah banyak diteliti dengan fokus pada berbagai kelompok usia. Shafa Nurfathria (2023) menemukan hubungan signifikan antara konsep diri dan intensitas penggunaan *Instagram* dengan gaya hidup hedonis mahasiswa. Muhammad Haidar Ammar (2023) membuktikan adanya pengaruh signifikan intensitas penggunaan *Instagram* Stories terhadap gaya hidup hedonis siswa SMA. Veno Dwi Krisnanda & Kadek Suhardita (2023) menegaskan pengaruh kuat *Instagram* terhadap gaya hidup hedonis siswa SMK, dengan kontribusi sebesar 54,76%.

Kajian kualitatif dilakukan oleh Natasya Salsabila Putri Vidi, Umi Rahmawati, & Dian Novitasari (2021) yang menemukan bahwa gaya hidup hedonis mahasiswa di *Instagram* diwujudkan melalui konsumsi barang bermerek, liburan ke destinasi populer, dan interaksi sosial yang membentuk identitas digital. Penelitian oleh Lisa Indriani & Nurmawati (2024) memperlihatkan adanya pengaruh signifikan media sosial terhadap gaya hidup hedonis siswa SMP dengan kontribusi sebesar 22,8%.

Meskipun demikian, penelitian dengan fokus khusus pada peserta didik SMP masih relatif terbatas. Padahal, kelompok usia ini termasuk dalam kategori remaja awal yang berada pada fase krusial dalam pembentukan identitas diri dan sangat rentan terhadap pengaruh media sosial. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh penggunaan *Instagram* terhadap gaya hidup hedonis peserta didik SMP penting dilakukan untuk memberikan gambaran empiris sekaligus mengisi kesenjangan dalam kajian akademis, khususnya dalam bidang Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS).

Peserta didik SMP dengan mudah dapat mengakses *Instagram* kapan saja dan di mana saja. Aktivitas seperti menonton unggahan teman, mengikuti akun idola, atau menikmati konten hiburan menjadi bagian dari keseharian. Walaupun memberi manfaat berupa hiburan dan sarana komunikasi, penggunaan berlebihan dapat memunculkan dampak negatif, salah satunya adalah terbentuknya gaya hidup hedonis. Dengan kata lain, fase remaja awal merupakan periode yang krusial dalam memahami pengaruh media sosial terhadap perilaku dan gaya hidup peserta didik SMP.

Fenomena gaya hidup hedonis merupakan salah satu isu yang semakin banyak mendapat perhatian dalam kajian ilmu sosial. Hedonisme dipahami sebagai pola hidup yang berorientasi pada kesenangan dan kepuasan pribadi sebagai tujuan utama (Salam dalam Kiftiyah, 2022, hlm. 56). Pola ini tercermin dalam kecenderungan individu untuk mencari kepuasan instan melalui konsumsi barang, pengalaman hiburan, maupun aktivitas sosial yang berorientasi pada pencitraan diri. Wells & Tigert (dalam Saputri & Rachmatan, 2017, hlm. 60) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis dapat diamati melalui perilaku konsumtif, seperti membeli barang bermerek, mengikuti tren fesyen, menikmati makanan mahal, hingga mengunjungi tempat hiburan populer.

Menurut Priansa (2017, hlm. 186), gaya hidup hedonis banyak ditemukan di kalangan remaja karena pada masa ini individu sedang dalam proses pencarian identitas. Kebutuhan untuk diakui oleh kelompok sebaya membuat remaja cenderung mengikuti tren yang sedang populer, meskipun terkadang tidak sesuai dengan kemampuan ekonomi. Karakteristik hedonisme menurut Russel (2004, hlm. 335) meliputi kecenderungan mencari kepuasan instan, fokus pada penampilan fisik, konsumsi impulsif, serta kesulitan dalam mengelola keuangan. Dengan kata lain, hedonisme tidak hanya mencerminkan pola konsumsi, tetapi juga pola pikir dan sistem nilai yang mendasari perilaku individu.

Kotler & Armstrong (2012, hlm. 48) membagi faktor yang memengaruhi gaya hidup hedonis menjadi faktor internal dan eksternal. Faktor internal mencakup sikap, pengalaman, kepribadian, konsep diri, serta motif yang mendasari tindakan individu. Faktor eksternal meliputi keluarga, kelompok referensi, kelas sosial, dan

budaya yang membentuk nilai serta perilaku. Media sosial dalam hal ini berperan memperkuat pengaruh eksternal dengan menghadirkan standar gaya hidup baru yang berorientasi pada kepemilikan barang mewah dan pengalaman eksklusif. Remaja yang aktif di media sosial akan lebih mudah terpapar representasi gaya hidup konsumtif, sehingga lebih terdorong untuk menampilkan citra diri sesuai standar tersebut.

Keterkaitan antara media sosial dan gaya hidup hedonis dapat dilihat melalui aktivitas, minat, dan opini remaja. Mowen & Minor (dalam Sumarwan, 2002, hlm. 60) serta Nurvitria (2015, hlm. 35) menegaskan bahwa gaya hidup dapat diidentifikasi dari tiga aspek tersebut. Aktivitas remaja tampak dari bagaimana mereka menghabiskan waktu untuk bersosialisasi, berselancar di media sosial, atau mengunjungi tempat hiburan. Minat terlihat dari ketertarikan mereka terhadap musik, fesyen, teknologi, serta konten populer di *Instagram*. Opini tercermin dalam tanggapan mereka terhadap isu atau tren tertentu yang sering diungkapkan melalui unggahan atau komentar di media sosial.

Rizaldi (2016, hlm. 87) menambahkan bahwa gaya hidup hedonis dapat diukur melalui empat indikator, yaitu pengembangan rasa ingin tahu dan keterbukaan terhadap perubahan, peningkatan diri, hiburan dan kesenangan, serta gaya konsumsi. Indikator ini sangat relevan dengan perilaku remaja pengguna *Instagram*. Misalnya, keterbukaan terhadap perubahan terlihat dari kecenderungan mengikuti tren fesyen atau gaya hidup baru yang viral di media sosial. Peningkatan diri sering dimaknai secara semu, seperti berusaha terlihat lebih menarik melalui edit foto atau filter *Instagram*. Aspek hiburan dan kesenangan tampak dari aktivitas menghabiskan waktu berjam-jam untuk menonton konten, sedangkan gaya konsumsi tercermin dari perilaku membeli produk yang dipromosikan influencer atau selebgram.

Pemahaman mengenai pengaruh *Instagram* terhadap gaya hidup hedonis peserta didik didukung oleh dua teori komunikasi massa, yaitu Hipodermic Needle Theory dan Uses and Gratification Theory. Hipodermic Needle Theory atau Magic Bullet Theory merupakan teori klasik dalam kajian komunikasi massa yang muncul pada awal abad ke-20. Teori ini berasumsi bahwa media memiliki kekuatan besar

dalam menanamkan pengaruh langsung kepada khalayak pasif, layaknya jarum suntik yang menyampaikan ide atau nilai tertentu secara instan (Schramm, 1971; Berlo, 1960). Dalam konteks penelitian, teori ini menjelaskan bagaimana peserta didik SMP dapat menyerap gaya hidup yang ditampilkan di Instagram tanpa banyak melakukan proses seleksi atau penolakan.

Penerapan teori terlihat pada algoritma Instagram yang menampilkan konten konsumtif, seperti fesyen, kuliner, atau gaya hidup mewah secara berulang. Peserta didik SMP yang masih berada pada tahap perkembangan kognitif dan emosional cenderung menganggap paparan tersebut sebagai sesuatu yang wajar. Akibatnya, mereka terdorong meniru perilaku konsumtif influencer, selebgram, atau teman sebaya. Media sosial juga memperkuat standar sosial baru yang menekankan pencitraan diri. Fitur like, komentar, dan followers menjadi indikator popularitas dan validasi sosial yang rentan diterima peserta didik tanpa sikap kritis. Dampaknya, penggunaan Instagram tidak hanya membentuk perilaku konsumtif, tetapi juga mengarahkan pola pikir remaja pada kesenangan instan dan penampilan luar.

Uses and Gratification Theory (UGT) memberikan perspektif berbeda dengan memandang individu sebagai subjek aktif yang memilih media sesuai kebutuhan psikologis dan sosial (Katz & Blumer, 1974). Penggunaan media tidak hanya dipengaruhi oleh isi pesan, tetapi juga oleh motif pengguna. Motif utama dalam UGT meliputi kebutuhan informasi, identitas personal, integrasi sosial, dan hiburan.

Konteks peserta didik SMP menunjukkan bahwa penggunaan Instagram berhubungan erat dengan pemenuhan kebutuhan tersebut. Remaja awal sering mencari hiburan, mengisi waktu luang, sekaligus membangun identitas diri melalui fitur unggahan foto, stories, dan reels. Motif personal dapat mendorong gaya hidup hedonis, misalnya kebutuhan akan identitas dan pengakuan sosial yang memotivasi peserta didik membeli produk atau mengunjungi tempat populer untuk dipamerkan. Kebutuhan hiburan juga mendorong mereka mengonsumsi lebih banyak konten viral, sehingga memperkuat orientasi pada kesenangan instan.

Kedua teori tersebut saling melengkapi dalam memberikan landasan konseptual bagi penelitian ini. Hipodermic Needle Theory menekankan pada kekuatan media yang menanamkan pengaruh secara langsung, sedangkan Uses and Gratification Theory menyoroti peran aktif individu dalam memilih dan menggunakan media sesuai kebutuhan mereka. Dalam konteks *Instagram*, peserta didik SMP tidak hanya menerima pengaruh pasif dari paparan konten konsumtif, tetapi juga secara aktif menggunakan platform ini untuk memenuhi kebutuhan hiburan, identitas, dan pengakuan sosial. Kombinasi keduanya memperlihatkan bahwa pengaruh media sosial bersifat kompleks, melibatkan baik faktor eksternal (terpaan konten) maupun internal (motif individu). Oleh karena itu, penggunaan kedua teori ini penting untuk memahami secara lebih utuh bagaimana *Instagram* dapat memengaruhi gaya hidup hedonis pada peserta didik SMP.

Kajian mengenai pengaruh *Instagram* terhadap gaya hidup hedonis peserta didik SMP memiliki urgensi yang tinggi, terutama dalam konteks Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS). IPS sebagai mata pelajaran bertujuan membekali peserta didik dengan kemampuan memahami fenomena sosial, berpikir kritis, serta berperan aktif dalam kehidupan bermasyarakat. Fenomena hedonisme yang berkembang melalui media sosial merupakan dinamika sosial yang nyata dihadapi oleh generasi muda, sehingga penting untuk diintegrasikan ke dalam pembelajaran IPS. Dengan memahami fenomena ini, guru dapat membantu peserta didik menyadari dampak penggunaan media sosial, sekaligus menanamkan nilai-nilai yang lebih seimbang dalam menyikapi perkembangan teknologi.

Dengan demikian, penelitian mengenai pengaruh penggunaan media sosial *Instagram* terhadap gaya hidup hedonis peserta didik SMP X menjadi penting untuk dilakukan. Kajian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai pola penggunaan *Instagram*, tingkat gaya hidup hedonis, serta besarnya pengaruh yang terjadi. Hasil penelitian akan berkontribusi dalam pengembangan ilmu pendidikan, khususnya Pendidikan IPS, sekaligus menjadi rujukan praktis bagi guru, orang tua, dan pemangku kebijakan dalam melakukan pendampingan serta pembinaan terhadap peserta didik di era digital.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yang dibuat oleh peneliti yaitu :

1. Bagaimana gambaran penggunaan media sosial *Instagram* oleh peserta didik SMP X dalam kehidupan sehari-hari?
2. Sejauh mana tingkat gaya hidup hedonis yang terlihat pada peserta didik di SMP X, terutama terkait dengan penggunaan media sosial *Instagram*?
3. Seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial *Instagram* terhadap gaya hidup hedonis peserta didik di SMP X?

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dilakukannya penelitian ini untuk:

1. Mendeskripsikan penggunaan media sosial *Instagram* oleh peserta didik SMP X dalam kehidupan sehari-hari.
2. Mendeskripsikan gaya hidup hedonis yang teramati pada peserta didik di SMP X.
3. Menganalisis pengaruh penggunaan media sosial *Instagram* terhadap gaya hidup hedonis peserta didik di SMP X.

1.4 Manfaat Penelitian

Tercapainya tujuan penelitian yang dibuat, diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini menyajikan pemahaman komprehensif mengenai dampak penggunaan media sosial *Instagram* terhadap pola pikir dan perilaku remaja, khususnya terkait gaya hidup hedonis.
2. Temuan yang diperoleh berpotensi menjadi dasar bagi pengembangan teori-teori baru mengenai pengaruh media sosial *Instagram* terhadap gaya hidup remaja.
3. Hasil penelitian berfungsi sebagai pijakan untuk penelitian lanjutan yang menelaah lebih mendalam fenomena gaya hidup hedonis dan dampak media sosial di lingkungan pendidikan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini menyajikan wawasan mendalam tentang pengaruh media sosial terhadap gaya hidup hedonis peserta didik SMP. Tenaga pendidik IPS memperoleh pemahaman lebih komprehensif mengenai tantangan yang dihadapi remaja dalam mengelola pengaruh media sosial terhadap pola pikir dan perilaku. Masyarakat luas juga mendapatkan gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana media sosial memengaruhi generasi muda, sehingga dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya pendidikan mengenai penggunaan media sosial yang bertanggung jawab.

Hasil penelitian memberikan manfaat khusus bagi orang tua dengan menghadirkan pemahaman yang lebih baik mengenai kebiasaan anak dalam menggunakan media sosial. Pengetahuan ini membantu orang tua melakukan pendampingan, memberikan arahan, serta membatasi penggunaan media sosial agar tidak menimbulkan dampak negatif terhadap perkembangan psikologis dan sosial anak.

Sekolah memperoleh manfaat berupa bahan pertimbangan dalam merumuskan program literasi digital yang relevan dengan kebutuhan peserta didik. Temuan penelitian dapat digunakan untuk menyusun kegiatan pembelajaran yang lebih kontekstual, misalnya melalui diskusi kelas, studi kasus, atau proyek berbasis media sosial yang mendorong penggunaan platform digital secara positif dan produktif.

Pendidik IPS dapat menjadikan hasil penelitian sebagai dasar untuk mengembangkan strategi pengajaran yang lebih inovatif, efisien, dan efektif dalam membantu peserta didik memahami peran media sosial dalam kehidupan sehari-hari beserta dampaknya terhadap gaya hidup. Strategi ini mencakup pengintegrasian materi literasi digital ke dalam pembelajaran, sehingga peserta didik tidak hanya menguasai konsep sosial secara teoritis tetapi juga terampil mengelola informasi dan perilaku digital.

Penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi pembuat kebijakan di bidang pendidikan. Data dan analisis yang dihasilkan dapat dijadikan rujukan dalam merancang kebijakan yang mendorong penggunaan media sosial secara sehat di

kalangan remaja. Kebijakan tersebut dapat berupa penyusunan pedoman etika digital, program sosialisasi di sekolah, hingga pelatihan khusus bagi guru dan orang tua mengenai pengelolaan media sosial anak.