

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOCIAL *INSTAGRAM* TERHADAP  
GAYA HIDUP *CLIMBER* REMAJA DI KOTA BANDUNG**

**SKRIPSI**

*disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan  
(S.Pd.) pada Program Studi Pendidikan Sociologi*



**Disusun Oleh:**

**Nayla Mumtaza**

**1705485**

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

**2021**

**HAK CIPTA**

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOCIAL INSTAGRAM  
TERHADAP GAYA HIDUP CLIMBER REMAJA DI KOTA BANDUNG**

**Oleh**

Nayla Mumtaza

1705485

**Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat  
memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Pendidikan Sosiologi**

**© Nayla Mumtaza 2021 Universitas Pendidikan Indonesia 2021**

**Hak Cipta dilindungi undang-undang**

**Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya, atau sebagian, dengan dicetak ulang,  
difotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis**

## LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

NAYLA MUMTAZA

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOCIAL INSTAGRAM TERHADAP  
KECENDERUNGAN GAYA HIDUP CLIMBER REMAJA DI KOTA  
BANDUNG

Disetujui dan disahkan oleh:

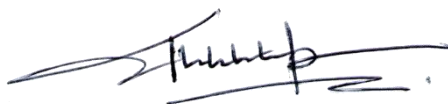
**Pembimbing I**



**Dr. H. Warlim, M. Pd.**

NIP. 196307171988901

**Pembimbing II**

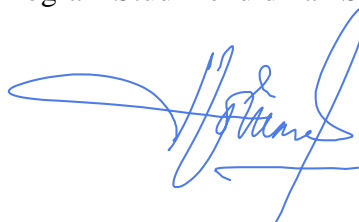


**Supriyono, S. Pd., M. Pd.**

NIP. 198205252010121005

Mengetahui,

Kepala Program Studi Pendidikan Sosiologi



**Siti Komariah, M. Si., Ph.D**

NIP. 196804031991032002

**SKRIPSI DI UJI PADA TANGGAL 30 AGUSTUS 2021**

**PANITIA UJIAN SIDANG TERDIRI ATAS:**

**Ketua : Dekan FPIPS UPI**

**Dr. Agus Mulyana, M. Hum.**

**NIP. 196608081991031002**

**Sekretaris : Ketua Program Studi Pendidikan Sosiologi FPIPS UPI**

**Hj. Siti Komariah, M.Si., P.h.D.**

**NIP. 19680403199103200**

**Penguji :**

**Penguji I,**



**Prof. Dr. Encep Syarief Nurdin, M.Pd., M.**

**NIP. 19610618198731002**

**Penguji II,**



**Rika Sartika, M.Pd**

**NIP. 198401022010122004**

Penguji III,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Daris Hadiano', written on a light-colored rectangular background.

**Daris Hadiano, M.Pd**

**NIP. 920200119930114101**

# **PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOCIAL INSTAGRAM TERHADAP GAYA HIDUP CLIMBER REMAJA DI KOTA BANDUNG**

**Nayla Mumtaza**  
**1705485**

Pendidikan Sosiologi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Universitas Pendidikan Indonesia

E-mail : Naylammtz@gmail.com

## **ABSTRAK**

Perkembangan zaman telah membawa pengaruh di berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk kedalam cara berkomunikasi masyarakat yang turut mengalami perubahan akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, kondisi tersebut memunculkan pola-pola serta corak gaya hidup baru yang berkembang di masyarakat, media social Instagram menjadi sarana baru untuk dapat meningkatkan kelas social melalui gaya hidup *climber*. Metode yang digunakan yaitu survey deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk memberikan deskripsi berdasarkan perhitungan permasalahan mengenai (1) pengaruh penggunaan media social Instagram bagi kehidupan remaja; (2) upaya pembentukan identitas diri melalui gaya hidup *climber* remaja di kota Bandung; (3) pengaruh penggunaan media social Instagram terhadap kecenderungan gaya hidup *climber* remaja di kota Bandung. Hasil dari penelitian ini bahwa remaja pengguna Instagram cenderung berperilaku *climber* dengan perhitungan hubungan sebesar 20.25% diantaranya dengan gaya hidup yang berpacu pada gaya hidup konsumerisme dan didukung pula oleh lifestyle serta trend yang dibawa oleh public figure serta influencer yang telah menjadi acuan gaya hidup remaja masa kini. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai upaya untuk dapat mencegah remaja dalam menemukan jadi diri yang tepat dengan memberikan bimbingan serta dukungan sehingga penggunaan Instagram dapat dimanfaatkan dengan lebih positif.

**Kata Kunci: Instagram, Gaya hidup climber, Remaja**

# **THE EFFECT OF THE USE OF SOCIAL MEDIA INSTAGRAM ON THE TEENAGE'S LIFESTYLE OF CLIMBERS IN BANDUNG CITY**

**Nayla Mumtaza**  
**1705485**

Pendidikan Sosiologi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial  
Universitas Pendidikan Indonesia

E-mail : Naylammtz@gmail.com

## **ABSTRACT**

The development of the times has brought an influence in various aspects of people's lives, including the way people communicate which has undergone changes due to the development of information and communication technology, these conditions give rise to new patterns and lifestyles that develop in society, social Instagram. The media has become a new means to increase social class through the climber's lifestyle. The method used is a quantitative approach with survey methods which aims to provide an overview of the problems regarding (1) the effect of using Instagram social media for the lives of teenagers; (2) efforts to establish self-identity through the lifestyle of adolescent climbers in the city of Bandung; (3) the influence of the use of social media Instagram on the lifestyle tendencies of adolescent climbers in the city of Bandung. The results of this study that adolescent Instagram users tend to behave as climbers with a relationship calculation of 20.25%. including a lifestyle that is driven by a consumerism lifestyle and also supported by lifestyles and trends brought by public figures and influencers who have become the mold of today's youth lifestyle. With this research, it is hoped that it can contribute as an effort to prevent adolescents from finding their true identity by providing guidance and support so that the use of Instagram can be used more positively.

**Keywords: Instagram, Climber lifestyle, Teen**

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	vi
ABSTRACT .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
UCAPAN TERIMAKASIH .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
<b>1.5 Struktur Organisasi Penelitian</b> .....	9
<b>BAB II</b> .....	11
<b>KAJIAN TEORI</b> .....	11
2.1 Media Social .....	11
<b>2.2.1 Karakteristik Media Social</b> .....	12
2.2 Instagram .....	15
<b>2.2.1 Konsep Instagram</b> .....	15
<b>2.2.2 Logo Instagram</b> .....	16
<b>2.2.3 Fitur-Fitur Instagram</b> .....	17
2.3 Tinjauan konsep social climber .....	20
<b>2.3.1 Teori social climber</b> .....	20
<b>2.3.2 Karakteristik Social Climber</b> .....	21
<b>2.3.4 Faktor pengaruh perilaku social climber</b> .....	24
2.4 Gaya Hidup Remaja .....	25
<b>2.4.1 Hakikat Gaya Hidup</b> .....	25
<b>2.4.2 Klasifikasi gaya hidup</b> .....	26
2.5 Pengertian Remaja .....	29
<b>2.5.1 Ciri-ciri Remaja</b> .....	31
2.6 Teori Interaksi Social Georg Shimmel .....	32
	xi



2.7 Teori Simulakrum Jean Baudrillard.....	34
2.8 Penelitian Terdahulu .....	36
2.9 Hipotesis .....	39
2.10 Kerangka Berfikir .....	39
<b>BAB III.....</b>	<b>41</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1 Desain Penelitian.....	41
3.2 Subjek dan Lokasi Penelitian .....	42
3.2.1 Subjek Penelitian.....	42
3.2.2 Lokasi Penelitian.....	42
3.3 Populasi dan Sampel penelitian.....	42
3.4 Definisi Operasional Variabel .....	44
3.5 Instrumen Penelitian .....	47
3.5.1 Proses Pengembangan Instrumen .....	48
3.5.2 Uji Validitas.....	49
3.5.3 Spesifikasi Instrumen.....	52
3.5.4 Uji Reabilitas .....	54
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.6.1 Kuesioner.....	55
3.6.2 Studi Literatur .....	55
3.6.3 Pelengkap dalam Pengambilan Data .....	55
3.7 Tahap Pengujian Persyaratan Analisis Data .....	56
3.7.1 Uji Normalitas .....	57
3.7.2 Uji Linieritas .....	57
3.7.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	57
3.7.4 Uji Hipotesis .....	57
3.7.5 Uji kontribusi .....	58
3.7.6 Kategorisasi Data.....	58
<b>BAB IV.....</b>	<b>60</b>
<b>TEMUAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>60</b>
4.1 TEMUAN.....	60
4.1.1 Aktivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Remaja di Kota Bandung.....	60
4.1.2 Gaya Hidup Climber Remaja di Kota Bandung .....	81
4.1.3 Pengaruh Penggunaan Media Social Instagram terhadap Gaya Hidup Climber Remaja Kota Bandung .....	101

4.2	PEMBAHASAN.....	106
4.2.1	<b>Aktivitas Penggunaan Media Sosial Instagram Remaja di Kota Bandung 107</b>	
4.2.2	<b>Upaya pembentukan identitas diri melalui gaya hidup climber remaja di Kota Bandung.....</b>	<b>111</b>
4.2.3	<b>Pengaruh penggunaan media social Instagram terhadap kecenderungan gaya hidup climber remaja di kota Bandung .....</b>	<b>115</b>
BAB V	.....	120
SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	.....	120
5.1	SIMPULAN .....	120
5.2	IMPLIKASI .....	122
5.3	REKOMENDASI .....	123
DAFTAR PUSTAKA	.....	124
LAMPIRAN	.....	132

## DAFTAR TABEL

Table 1.1 Inventory Gaya Hidup .....	27
Table 2.2 Penelitian Terdahulu.....	36
Table 3.1 Proyeksi Penduduk Menurut Umur dan Jenis Kelamin di Kota Bandung.....	44
Table 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Penggunaan Media Social .....	52
Table 3.3 Kisi-kisi Instrumen Gaya Hidup Climber.....	53
Table 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan media social.....	50
Table 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya hidup Climber .....	51
Table 3.6 Uji Reabilitas .....	54
Table 4. 1 waktu le untuk berselancar di media social Instagram.....	63
Table 4. 2 Intensitas membuka instagan.....	63
table 4. 3 melihat aktivitas teman di instagram .....	64
Table 4. 4 melihat trend masa kini di instagram.....	65
Table 4. 5 Dampak menggunakan instagram .....	65
Table 4. 6 menunjukkan hal yang menarik di instagram .....	66
Table 4. 7 mencari gaya hidup (referensi) di instagram .....	67
Table 4. 8 ingin meningkatkan followers di instagram.....	68
Table 4. 9 Senang ketika banyak yang memfollow/like/koment .....	68
Table 4. 10 memperhatikan apa yang di posting .....	69
Table 4. 11 Sering membuka smartphone.....	70
Table 4. 12 Senang mengunjungi tempat populer .....	71
Table 4. 13 ingin membeli barang yang berprestige tinggi.....	72
Table 4. 14 Ingin membeli barang yang tidak di butuhkan.....	73
Table 4. 15 Pergi ke tempat yang sedang trend.....	73
Table 4. 16 senang berinteraksi melalui media sosial aripada secara langsung ....	74
Table 4. 17 Perilaku semakin konsumtif.....	75
Table 4. 18 Manipulasi kondisi .....	76
Table 4. 19 Memerhatikan penampilan.....	77
Table 4. 20 Foto mempengaruhi kepercayaan diri .....	77
Table 4. 21 Merasa khawatir dengan apa yang di aupload .....	78
Table 4. 22 Senang setelah membuka Instagram .....	79
Table 4. 23 Instagram menyediakan fitur yang dibutuhkan .....	80
Table 4. 24 Keinginan memiliki barang ber merek .....	81
Table 4. 25 Menyisihkan uang untuk berbelanja.....	82
Table 4. 26 Influencer mempengaruhi tingkat konsumtif.....	83
Table 4. 27 Ingin memili barang yang sedang trend.....	84
Table 4. 28 Barang branded menambah kepercayaan diri .....	85
Table 4. 29 Senang terlihat berkelas .....	86
Table 4. 30 Senang menunjukkan aktivitas dimelalui foto .....	86
Table 4. 31 Mempertahankan posisi .....	87
Table 4. 32 Memposting ketika berada di tempat yang ramai .....	88

Table 4. 33 Pergi ke cafe populer .....	89
Table 4. 34 senang menunjukkan berbelanja di pusat perbelanjaan ternama .....	90
Table 4. 35 memerhatikan followers, like,serta komentar di instagram .....	90
Table 4. 36 senang memposting ketika berada di café ternama .....	91
Table 4. 37 senang memposting ketika menggunakan outfit yang sedang trend ..	92
Table 4. 38 berinteraksi dengan orang yang memberikan keuntungan .....	93
Table 4. 39 senang memiliki teman yang bergaya glamour .....	94
Table 4. 40 Ingin memposting berbelanja di tempat ternama .....	94
Table 4. 41 latar belakang mempengaruhi penerimaan kelompok .....	95
Table 4. 42 eksistensi mempengaruhi penerimaan di kelompok sosial .....	96
Table 4. 43 popularitas berdampak pada dunia nyata .....	96
Table 4. 44 Gaya hidup berkelas mempengaruhi popularitas .....	97
Table 4. 45 keinginan untuk mengunjungi tempat tertentu dipengaruhi oleh teman .....	98
Table 4. 46 intensitas kegiatan berkelas berpengaruh terhadap like,komen, followers .....	98
Table 4. 47 ingin memiliki popularitas semenjak menggunakan instagram .....	99
Table 4. 48 memfoto diri dengan barang yang bukan milik sendiri .....	100
Table 4. 49 Uji Normalitas .....	101
Table 4. 50 Uji linearitas .....	102
Table 4. 51 Uji Linearitas sederhana .....	103
Table 4. 52 Uji Hipotesis .....	105
Table 4. 53 Uji Determinasi .....	105

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Penetrasi penggunaan Internet .....</b>	<b>2</b>
<b>Gambar 2.1 Logo Instagram.....</b>	<b>16</b>
<b>Gambar 3.1 Kerangka Berfikir .....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 4 pengkategorisasian pengguna instagram .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Gambar 5 Pengkategorisasian gaya hidup climber .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR PUSTAKA

### Skripsi

- Rakanda, D. R. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z Atau Igeneration Di Desa Cawas. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta.
- Nurhayati, Sri. 2020. Pengaruh Penggunaan Fitur Go-Food Pada Aplikasi Go-Jek Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Di Era Digital. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Latief, Nurahmah. 2019. Pengaruh Media Social Instagram Terhadap Omzet Penjualan Handphone pada DP Store Makassar. Skripsi. Program Sarjana Universitas Negeri Makassar. Makassar.

### Journal

- Azmi, N. (2015). POTENSI EMOSI REMAJA DAN PENGEMBANGANNYA Nurul Azmi. *Jurnal Pendidikan Sosial*, 2(1), 36–46.  
<https://journal.ikipgripta.ac.id/index.php/sosial/article/view/50>
- Mahyuddin. (2017). Social Climber dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat. *Kajian Islam Interdisipliner*, 2(2), 117–136.  
<http://202.0.92.5/pasca/jkii/article/view/1086/21>
- Muhammad, & Azwar. (2014). Realitas. *Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan*, 2 no 1, 38–48.
- Naf, K., Al, I. A. H., Rab, M. A., Teori, K., & Simmel, G. (n.d.). *No Title*. 1–11.
- Nasor, M. (2013). Teknik Komunikasi Dalam Perubahan Sosial. *Ijtima'iyya*, 6(1), 79–96.
- Octavia, E. P. (2016). Menurut Shimmel fashion bukan bersifat pribadi, selalu diikuti oleh banyak orang karena individu ingin mengidentifikais dirinya dalam kelompok atau kelas social,. *Jurnal Sosiologi*, 1(1), 11–21.
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51.  
<https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2013). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Interaksi-Online*, 6(4), 1–12.

- <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/21950>  
Saumantri, T., & Zikrillah, A. (2020). Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 247. <https://doi.org/10.24235/orasi.v11i2.7177>
- Aprilia, R., Sriati, A., & Hendrawati, S. (2018). Tingkat Kecanduan Media Sosial pada Remaja. *Jnc*, 3(1), 41–53.
- Arifuddin, M. R., & Irwansyah. (2019). Dari foto dan video ke toko: Perkembangan instagram dalam perspektif konstruksi sosial. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 3(1), 37–55.  
<https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/komunikasi/article/view/1256/908>
- Indah Kumala Sari, I Wayan Mudana, I. G. M. A. S. W., & Jurusan. (2019). WARGA PENDATANG DI KAMPUNG KAJANAN , KOTA SINGARAJA , e-Journal Pendidikan Sosiologi Universitas Pendidikan Ganesha. *E-Journal Pendidikan Sosiologi Universitas Pendidikan Ganesha*, 1(2), 279–287.
- Karman, K. (2014). Media Sosial: Antara Kebebasan Dan Eksploitasi. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 18(1), 75.  
<https://doi.org/10.31445/jskm.2014.180104>
- Kurnia, N. D., Johan, R. C., & Rullyana, G. (2018). Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas. *EduLib*, 8(1), 1.  
<https://doi.org/10.17509/edulib.v8i1.10208>
- Mahyuddin. (2017). Social Climber dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat. *Kajian Islam Interdisipliner*, 2(2), 117–136.  
<http://202.0.92.5/pasca/jkii/article/view/1086/21>
- Mannheim, K. (1992). Problem pokoleń [Pierwsze wydanie w 1923 r.]. *Colloquia Communia*, 1(12), 136–169.
- Nurudin, N., & Muyassarrah, M. (2017). Menilik Perempuan Sebagai Social Climber Dalam Pandangan Ekonomi Islam. *Sawwa: Jurnal Studi Gender*, 12(2), 225. <https://doi.org/10.21580/sa.v12i2.1710>
- Octavia, E. P. (2016). Interaksi Sosial Dalam Novel Suti Karya Sapardi Djoko

- Damono (Teori Georg Simmel). *Jurnal Sosiologi*, 1(1), 11–21.
- Pambayun, J. G. (2013). Social Climbing Sebagai Aktualisasi Diri Kaum Marjinal (Studi Deskriptif Di Kalangan Remaja Jakarta Selatan). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- Siagian, S. (2019). Fenomena Sosial Climber Ditinjau Dari Perspektif Etika Kristen. *FIDEI: Jurnal Teologi Sistematika Dan Praktika*, 2(2), 303–324. <https://doi.org/10.34081/fidei.v2i2.55>
- Soares, A. P. (2013). 濟無No Title No Title. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Widiyanti, E. (2018). Identitas Diri dan Hiperealitas dalam Media Sosial ( Tinjauan Update Status Kuliner di Kalangan Anak Muda Kota Solo ). *Jurnal Cakrawala*, 7(12), 231–250.
- Wifalin, M. (2016). Efektivitas Instagram Common Grounds. *Jurnal E-Komunikasi*, 4(2), 2.
- Nadya Cantika Febriandhira, Hadi Purnama. (2017) *Representasi Social Climber (analisis Aacana Kritis Teun A. Van Dijk Dalam Lirik Lagu Panjat Sosial Karya Roy Ricardo)* e-Proceeding of Management : Vol.4, No.3.
- Turner, J. S., dan Helms, D. B. 1986. *Contemporary Adulthood: Third Edition*. Kanada: CBS College Publishing.
- Drouin, M., Connor, K. W. O., Schmidt, G. B., & Miller, D. A. (2015). *Facebook Fired : Legal Perspectives and Young Adults ' Opinions on the Use of Social Media in Employment Decisions*. 123–128.
- Duggan, M., & Smith, A. (2014). Social media update 2013. Pew Research Center's Internet & American Life Project. Retrieved from <http://pewinternet.org/Reports/2013/SocialMedia-Update.aspx>
- Plummer, J.T. (1974). The Concept And Application of Life Style Segmentatuin. *Journal of Marketing*, 33-37



- Saputro, K. Z. (2018). Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(1), 25.  
<https://doi.org/10.14421/aplikasia.v17i1.1362>
- Wood, Julia T. 2006. *Communication mozaics “ social climbing is the process of trying to increase personal status in a group by winning the approval of high status member (Terjemah)*. USA: Thomson Wadsworth
- Yu, C.-S. (2011). Construction and validation of an e-lifestyle instrument. *Internet Research*, 21(3), 214–235. <https://doi.org/10.1108/1066224111113928>
- Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Mufidah, E. F., & Wulansari, P. S. (2018). Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Pascasarjana di Media Sosial. *Jurnal Konseling Indonesia* , 3(2), 33-36.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & S., M. B. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1).  
<https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- Ajzen. (1991). *Attitude, personality, and behavior*. Milton keyhes : Open University
- Jayanti, Nadia Ayu. (2015). Komunikasi Kelompok “Social Climber” Pada Kelompok Pergaulan Di Surabaya Townsquare (Sutos)
- Hays, Nicholas Adam. (2012). *Social Climbing: A Contextual Approach To Understanding The Effects Of Social Hierarchy On Individual Cognition And Behavior*. Dissertation. University Of California. Doctor Of Philosophy In Management
- Lestari, Wahyu Ria. (2017). *Para Pencari Status (Studi Tentang Perilaku Social Climber Di Kalangan Mahasiswi Di Jember)*. Skripsi. Universitas Jember. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
- Permatasari, Dewi. (2017). *Fenomena Social Climber Di Kalangan Mahasiswa (Studi Fenomenologi Pada Mahasiswa Di Surakarta)*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Surakarta. Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah

Kembau, Agung Stefanus. (2015). The Raise Of Social Climbers & Its Influences To Branded Items Consumption (Case Study: Manado Society, North Sulawesi). Gadjah Mada International Journal of Business. Vol. 3, No. 1

Musdalifah, F. S., & Agustin, S. M. (2020, August). Food Simulacra in Phenomenon of Uploading Food Photos on Instagram. In *Indonesia International Graduate Conference on Communication (IndoIGCC) Proceeding* (Vol. 2, pp. 226-233).

## **BUKU**

DeVito, Joseph (2007). *The Interpersonal Communication Book* (11th Ed). New York: Pearson International Edition.

Setiadi, E. M., & Kolip, U. (2013). *Pengantar Sosiologi*. Kencana Prenadamedia Group.

Jean Baudrillard, *The Procession of Simulacra. Simulacra dan Simulation*. Trans. Sheila Faria Glaser. United States of America (The University of Michigan Press, 1994),

Damsar. 2015. *Pengantar Teori Sosiologi*. Jakarta: Kencana.

Arifin, J. (2017). *SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi*. Jakarta : Penerbit PT Elex Media Komputindo.

Willis, S. (2010). *Remaja dan Masalahnya* . Bandung: Alfabeta.

George Ritzer dan Douglas J. Goodman, 2008 “Teori Sosiologi Moderen”. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup

Simamora Bilson. 2000. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka U

Hall, C.S. Lindzey, G. 1993. *Teori-Teori Holistik (Organistik-Fenomenologi)*. Editor: Dr. A. Supratiknya. Yogyakarta: Penerbit Kanisius

Chaney, D. (2011). *Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif*. Jalasutra.

- Sunarto, Kamanto. (1993). Pengantar Sosiologi. Jakarta: Fakultas Ekonomi UI.
- K.Bertens.2003. Psikoanalisa Sigmund Freud (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama)
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku Konsumen. Jakarta: Erlangga.
- Kasali, Rhenald. (2001).Membidik Pasar Indonesia; Segmentasi Targeting Dan Positioning, Cetakan Kelima, Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Hall, Edward Twitchell. (1989). Beyond Culture. Chicago : Anchor Books
- Kartono, K. & Gulo, D. (2000). Kamus Psikologi. Bandung: Pionir Jaya.
- Hurlock, E.B., Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan, (Jakarta:Erlangga, 1993) hlm. 221
- Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Asrori, M. A. (2009). Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Aat Syafaat, dkk. 2008. Peranan Pendidikan Agama Islam Dalam Mencegah Kenakalan Remaja (Juvenile Delinquency). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Arikunto,Suharsimi. 1993. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. hlm. 65
- Creswell, J. W. (2012). Eduactional Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research. Person Education, Inc.
- Sanapiah, Faisal.2007. Format-format Penelitian Sosial.Jakarta: Raja Grafindo. hal. 53
- Silalahi, U. (2010). *Metode Perubahan Sosial*. PT. Refika Aditama
- Sugiyono, 2011. Metode Penelitian Kuantitaif Kualitatif dan R & B, Bandung: Alfabeta.
- Andrik Purwasito, Komunikasi Multikultural. Surakarta: Universitas

- Muhammadiyah Surakarta, 2003, h. 03.
- Alex, Sobur. 2003. Psikologi Umum dalam Lintasan Sejarah. Bandung: Pustaka Setia.
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Penerbit Buku Deepublish.
- Yusup, Pawit M. 2009. Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan. Jakarta : PT. Bumi Aksara.
- Kusmiran, E. 2016. Kesehatan Reproduksi Remaja dan Wanita. Salemba Medika: Jakarta.
- Jarvis, Matt. (2018). *TEORI-TEORI PSIKOLOGI: Pendekatan Modern Untuk Memahami Perilaku, Perasaan, Dan Pikiran Manusia*. Bandung: Nusa Media
- Horton, Paul B. dan Chester L. Hunt. (1991). *Sosiologi*. Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama.
- AB, Widyanta. 2002. Sosiologi Kebudayaan Georg Simmel. Yogyakarta: Cindelas Pustaka Rakyat Cerdas
- Jean Baudrillard, *The Procession of Simulacra. Simulacra dan Simulation*. Trans. Sheila Faria Glaser. United States of America (The Univercity of Michigan Press, 1994),

## INTERNET

- APJII. (2019). *Buletin APJII Edisi-40 2019*. 6. Diakses melalui <https://apjii.or.id/survei>
- APJII. (2020). *Siaran Pers: Pengguna Internet Indonesia Hampir Tembus 200 Juta di 2019 – Q2 2020*. Diakses melalui <https://blog.apjii.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-pengguna-internet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/>
- KBBI. (2020). Pencarian: Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring. KBBI Daring. [kbbi.kemendikbud.go.id](http://kbbi.kemendikbud.go.id)
- Cahaya, Indra. 2019. Ini Media Sosial Terpopuler di Kalangan Gen Z, Aplikasi Favoritmu Masuk?. Diakses dari <https://www.merdeka.com>
- Haryanto, Agus. 2021. Pengguna Aktif Medsos RI 170 Juta, Bisa Main 3 Jam Sehari. Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari>