

**HEDONISME DI INSTAGRAM DALAM KAJIAN TEORI  
DRAMATURGI (STUDI KASUS REMAJA DI KECAMATAN  
SABBANG, KABUPATEN LUWU UTARA)**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas  
Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**IAIN PALOPO**

**Oleh**

**LILIS ASRINA SAFITRI**

20 0104 0040

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2024**

**HEDONISME DI INSTAGRAM DALAM KAJIAN TEORI  
DRAMATURGI (STUDI KASUS REMAJA DI KECAMATAN  
SABBANG, KABUPATEN LUWU UTARA)**

*Skripsi*

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana  
Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas  
Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Palopo*



**IAIN PALOPO**

**Oleh**

**LILIS ASRINA SAFITRI**

20 0104 0040

**Pembimbing :**

- 1. Aswan, S.Kom., M.I.Kom.**
- 2. Ria Amelinda, S.I.Kom., M.I.Kom.**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO  
2024**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Lilis Asrina Safitri  
NIM : 20 0104 0040  
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 7... Oktober 2024

Yang membuat pernyataan,



Lilis Asrina Safitri  
NIM. 20 0104 0040

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul *Hedonisme di Instagram dalam Kajian Teori Dramaturgi (Studi Kasus Remaja di Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara)* yang di tulis oleh *Lilis Asrina Safitri* Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 20 0104 0040 mahasiswa Program Studi *Komunikasi dan Penyiaran Islam* Fakultas *Ushuluddin, Adab, dan Dakwah* Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari *Kamis, 5 September 2024* masehi berepatan dengan *1 Rabiul Awal 1446 Hijriah* telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar *Sarjana Sosial (S.Sos)*.

Palopo 7 Oktober 2024

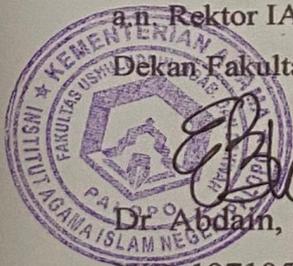
### TIM PENGUJI

- |                                    |               |         |
|------------------------------------|---------------|---------|
| 1. Hamdani Thaha, S.Ag., M.Pd.I.   | Ketua Sidang  | (.....) |
| 2. Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom | Penguji I     | (.....) |
| 3. Bakhtiar, S.Sos., M.Si.         | Penguji II    | (.....) |
| 4. Aswan, S.Kom., M.I.Kom.         | Pembimbing I  | (.....) |
| 5. Ria Amelinda, S.I.Kom., M.I.Kom | Pembimbing II | (.....) |

### Mengetahui:

a.n. Rektor IAIN Palopo

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah



Dr. Abdain, S.Ag., M.HI.

NIP. 19710512 199903 1 002

Ketua Program Studi

Komunikasi dan Penyiaran Islam



Murham, S.Sos., M.I.Kom.

NIP. 19891020 201903 2 011

## **PRAKATA**

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah mencurahkan rahmat dan hidayahnya serta kekuatan lahir dan batin sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul Hedonisme di media sosial Instagram dalam kajian teori dramaturgi (studi kasus remaja di Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara) yang telah melalui proses yang sangat panjang.

Shalawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW kepada keluarga dan sahabat. Penelitian ini disusun sebagai syarat kelulusan guna memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos) dalam bidang Komunikasi dan Penyiaran Islam pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Penelitian ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan bimbingan serta dorongan dari banyak pihak terutama dan terkhusus kepada kedua orang tua peneliti tercinta, Ayahanda Amiruddin dan Ibunda Nurlaela yang telah membesarkan, mengasuh, mendidik, dan mendoakan penulis dengan penuh rasa sayang dan Ikhlas mulai dari kecil hingga saat ini. Oleh karena itu, Penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada :

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo beserta Wakil Rektor I, II, dan III IAIN Palopo masa jabatan 2023-2027.
2. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Palopo beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah IAIN Palopo masa jabatan 2023-2027.

3. Ibu Jumriani, S.Sos., M.I.Kom. selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam di IAIN Palopo telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Bapak Prof. Dr. Abdul Pirol, M. Ag. selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah memberikan bimbingan, masukan dan arahan dalam rangka penyelesaian skripsi.
5. Dosen pembimbing I, Bapak Aswan, S.Kom., M.I.Kom. dan Dosen Pembimbing II, Ibu Ria Amelinda, S.I.Kom., M.I.Kom. yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada peneliti dengan tulus dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Dosen penguji I, Ibu Wahyuni Husain, S.Sos., M.I.Kom. dan Dosen penguji II, Bapak Bahtiar, S.Sos., M.Si. yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh Dosen beserta staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik peneliti selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Abu Bakar, S.Pd.I., M.Pd. selaku kepala unit perpustakaan IAIN Palopo beserta staf yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan fokus penelitian
9. Terkhusus orang tuaku tercinta Ayahanda Amiruddin dan Ibunda Nurlaela yang telah membesarkan, mendidik, membimbing, dan mendo'akan peneliti dengan penuh kasih sayang dan segala pengorbanan yang telah diberikan dengan keikhlasan.
10. Terimakasih kepada kakak-kakkakku tercinta Asri Yaswin, Ririn Suserli dan Dedi Iswan yang selalu memberikan nasihat dan motivasi serta mendo'akan peneliti selama proses penyelesaian studi.

11. Terima kasih kepada saudara-saudari seperjuangan KPI B Angkatan 2020 yang telah banyak membantu dan bekerja sama serta mendoakan peneliti selama proses penyelesaian studi.
12. Terima kasih kepada Lilis Asrina Safitri, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya yang bisa dibilang tidak mudah. Terima kasih sudah bertahan.
13. Semua pihak yang tidak dapat dituliskan satu persatu, yang telah membantu peneliti dalam penyusunan skripsi ini. Penulis berharap agar skripsi ini nantinya dapat bermanfaat dan menjadi referensi bagi para pembaca. Kritik dan saran yang sifatnya membangun juga peneliti harapkan guna untuk perbaikan penulisan dalam skripsi.

Palopo, 23 Juli 2024

Penulis  
Lilis Asrina Safitri  
NIM. 2001040040

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

### A. Transliterasi Arab-Latin

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut :

#### 1. Kosonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es

ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

## 2. Vocal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

<b>Tanda</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf latin</b>	<b>Nama</b>
اَ	<i>Fathah</i>	A	A
اِ	<i>Kasrah</i>	I	I
اُ	<i>Dammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

<b>Tanda</b>	<b>Nama</b>	<b>Huruf latin</b>	<b>Nama</b>
اِي	<i>Fathah dan yā'</i>	Ai	a dan i
اُو	<i>Fathah dan wau</i>	Au	a dan u

Contoh:

كَيْفًا : *kaifa*

هَوْلًا : *hauḷa*

### 3. Maddah

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan huruf	Nama	Huruf dan tanda	Nama
اَ ...   اِ ...	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	Ā	a dan garis di atas
اِي	<i>Kasrah</i> dan <i>yā'</i>	Ī	i dan garis di atas
اُو	<i>Ḍammah</i> dan <i>wau</i>	Ū	u dan garis di atas

مَاتًا : *māta*

رَمِي : *ramī*

Contoh:

قِيلًا : *qīla*

يموت : yamūtu

#### 4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk *tā marbūtah* ada dua yaitu *tā marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah, kasrah, dan dammah*, transliterasinya adalah [t], sedangkan *tā marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

*al-fāḍilah* ال فاضلة : *raudah al- atfāl* روضة الاطفال

*al- ḥikmah* الحكيمة : *al- madīnah* المدينة

الم

#### 5. Syaddah (tasydīd)

*Syaddah* atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambungkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (◌ْ) , dalam transliterasi ini dilambungkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

ا:ربه : *rabbānā*

ا:ن هجي : *najjainā*

ا قها : *al-ḥaqq*

نعهم : *nu'ima*

ع هو : *'aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *ى* kasrah, maka ia ditransliterasikan seperti huruf maddah menjadi *ī*.

Contoh:

ع ي : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عربي : 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Araby)

## 6. Kata sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *ال* (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*, kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang

mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشمس : *al- syamsu* (bukan *asy-syamsu*)

الزلزلة : *al- zalzalah* (bukan *az- zalzalah*)

الفلسفة: *al-falsafah*

البلاد *al bilādu*

## 7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تأمرون: *ta 'murūna*

النوع: *nau' al-*

شيء : *syai 'un*

أمرت: *umirtu*

## 8. Penulisan kata Arab yang lazim digunakan dalam bahasa Indonesia

Kata, istilah, atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah, atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah, atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), Alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

*Syarḥ al- Arba'in al- Nawāwī Rīsālah fi ri'āyahal-Maslahah.*

## 9. Lafz al-jalālah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jar* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāf ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

*dīnillah* :دين • الا

*billāh* :بياه الا

Adapun *tā marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafaz aljalālah*. Ditranslitesai dengan huruf [t].

Contoh:

*rahmatillāh fi hum* هم في رحم ه الا:

## 10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*all cops*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR).

Contoh:

*Wa mā Muḥammadun illā rasūl*

*Inna awwala baitin wuḍi'a linnāsi lallaẓī bi Bakkata mubārakan*

*Syahru Ramaḍān al-laẓī unzila fihi al-Qur'ān*

*Naṣr al-Dīn al-Ṭūsī Naṣr Ḥāmid Abū Zayd Al-Ṭūfī Al-Maṣlahah fī al-Tasyrī al-Islāmī*

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi,

contoh:

Abū al- Walīd Muḥammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abu al- Walid Muḥammad ( bukan: Rusyid, Abu al- Walid Muhammad Ibnu).  
Naṣr Ḥāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Naṣr Ḥāmid (bukan, Zaīd, Naṣr Ḥamīd Abū)

## B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

Swt. = *Subhanahu wa ta'ala*

saw. = *sallallahu 'alaihi wasallam*

as. = *'alaihi al-salam*

H = Hijrah

M = Masehi

SM = sebelum masehi

I = lahir tahun (untuk orang yang masih hidup  
saja)

w = wafat tahun

QS..../:...:4 = QS. al- Baqarah /2:4 atau QS. Ali ‘Imran/3:4

HR= Hadis Riwayat

## **ABSTRAK**

**Lilis Asrina Safitri**, 2024. “hedonisme di media sosial Instagram dalam kajian teori dramaturgi (studi kasus remaja di Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara”. Skripsi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Aswan dan Ria Amelinda

Penelitian ini mengkaji perilaku hedonisme pada kalangan remaja di Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara, melalui media sosial Instagram. Fokus penelitian adalah memahami alasan di balik perilaku hedonisme dan bentuk perilaku hedonisme remaja di media sosial Instagram. Teori dramaturgi Erving Goffman digunakan untuk menganalisis bagaimana remaja memainkan peran dan menyajikan citra diri mereka. Subjek penelitian adalah delapan remaja dari kelas ekonomi menengah ke bawah, terdiri dari empat laki-laki dan empat perempuan, yang menunjukkan berbagai perilaku hedonis seperti meniru gaya hidup selebgram dan memposting barang-barang yang bukan milik mereka. Metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan etnografi virtual memungkinkan peneliti menggali lebih dalam perilaku hedonisme di Instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja terlibat dalam hedonisme untuk mengejar popularitas dan pengakuan, dipengaruhi oleh konten yang menampilkan gaya hidup mewah. Di "panggung depan," remaja menampilkan citra diri yang menarik di Instagram, sementara di "panggung belakang," mereka rela berbohong, meminjam, atau berhutang untuk memenuhi kebutuhan hedonis. Fenomena ini mencerminkan pengaruh media sosial dalam membentuk perilaku hedonis di kalangan remaja.

**Kata kunci :** Hedonisme, remaja, media sosial, Instagram, Dramaturgi

## DAFTAR ISI

<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar belakang masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>10</b>
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	10
B. Landasan Teori.....	13
1. Hedonisme .....	13
2. Media Sosial.....	19
3. Instagram.....	21
4. Remaja .....	23
5. Teori Dramaturgi.....	13
C. Kerangka Pikir .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	27
B. Fokus penelitian .....	28
C. Defenisi Istilah .....	28
D. Desain Penelitian.....	30
E. Data dan Sumber Data.....	31
F. Instrumen Penelitian.....	32
G. Teknik Pengumpulan Data .....	33
H. Teknik Analisis Data.....	34
<b>BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA.....</b>	<b>37</b>
A. Deskripsi Data.....	37
1. Gambaran lokasi penelitian .....	37
2. Profil Informan.....	38
3. Hasil Wawancara.....	43

B. Analisis Data.....	48
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>71</b>
A. Simpulan.....	71
B. Saran.....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>73</b>

## DAFTAR AYAT

Kutipan Ayat 1 QS At-Takatsur/102: 1 .....	2
Kutipan Ayat 2 QS Al-A'raff/7:31 .....	70

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 4.1 Profil Informan.....	38
Tabel 4.2 Cara Remaja Memenuhi Hedonisme .....	67
Tabel 4.3 Alasan Remaja Melakukan Hedonisme .....	69

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir .....	26
Gambar 4.2 Instastory AI.....	52
Gambar 4.3 Instastory WI.....	53
Gambar 4.4 Instastory WI.....	53
Gambar 4.5 Penampilan IF .....	54
Gambar 4.6 Penampilan NA .....	55
Gambar 4.7 Penampilan RE.....	56
Gambar 4.8 Penampilan FN.....	58
Gambar 4.9 Instastory FN.....	58
Gambar 4.10 Instastory AB .....	59
Gambar 4.11 Instastory AB .....	59
Gambar 4.12 Instastory HL.....	60
Gambar 4.13 Instastory HL.....	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara
- Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara
- Lampiran 3 Riwayat Hidup

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar belakang masalah

Kalangan remaja cenderung memiliki gaya konsumtif jika dikaitkan dengan urusan penampilan dan *lifestyle*, yang dapat memunculkan terjadinya hedonisme. Hedonisme dikategorikan sebagai pola hidup yang lebih mementingkan keinginan dibandingkan dengan kebutuhan dan telah sangat melekat dalam kehidupan masyarakat menengah ke atas sekarang ini.<sup>1</sup> Menurut Kotler dan Armstrong, gaya hidup hedonisme dianggap sebagai pola hidup yang berlandaskan pada aktivitas atau kegiatan yang berfokus pada kesenangan, seperti senang bermain atau menghabiskan waktu diluar rumah, membeli barang mahal, maupun menjadi pusat perhatian.<sup>2</sup> Menurut Praja dan Damayantie, perilaku hedonis ini tergambar pada remaja saat ini, remaja cenderung menghindari percakapan hedonis serta lebih menyukai pembicaraan terkait masalah *fashion*, film terbaru baik bentuk maupun perilaku gaya hedonis lainnya.<sup>3</sup>

Hedonisme menurut K. Bertens menyebutkan hedonisme adalah gaya hidup yang bertujuan untuk mencari kesenangan sebanyak-banyaknya dan

---

<sup>1</sup> Dhiya Izzahtul Zayyan, “Representasi Gaya Hidup Hedonisme Generasi Millennial dalam Media Sosial Instagram,” *Jurnal Ilkom.Fs.Umi.Ac.Id.*, 2020, <https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/article/download/20/12>.

<sup>2</sup> G Kotler, P. & Armstrong, “Principles of Marketing (10th Editi,” *New Jersey: Pearson Prentince Hall*, 2007.

<sup>3</sup> A. Praja, D. D., & Damayantie, “Potret Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Sosiologi FISIP Universitas Lampung),” *Sociologie*, 2013.

sebaliknya menghindari ketidaksenangan.<sup>4</sup> Susianto menyebutkan pola hidup hedonisme antara lain lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disukai serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.<sup>5</sup> Hal ini terjadi karena hanya ingin terlihat sebagai orang yang berkelas dimata orang lain dan tidak ingin tertandingi, dalam Al-Quran juga dijelaskan bahwa perilaku bermegah-megahan itu tidak baik sebagaimana dijelaskan dalam surah at-Takatsur/102: 1

أَلِهْتُمْ التَّكَاثُرُ

Terjemahnya :

“Bermegah-megahan telah melalaikan kamu”.<sup>6</sup>

Agustina dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa beberapa dampak dari gaya hidup hedonisme adalah adanya pola hidup yang berorientasi materialisme serta pola pikir pragmatis, bahkan pada pelajar bisa menyebabkan menurunnya motivasi dan prestasi belajar. Penyebab gaya hidup hedonis di kalangan remaja saat ini yaitu pergaulan teman sebaya, kurangnya kontrol dari orang tua yang selalu mewujudkan keinginan anaknya serta media sosial yang sedang berkembang.<sup>7</sup>

Salah satu platform sosial media yang paling sering digunakan adalah Instagram. Instagram adalah sosial media berbasis gambar yang menyediakan

---

<sup>4</sup> Franz Magnis-Suseno, “Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral,” *Yogyakarta: Kanisius*, n.d.

<sup>5</sup> Mita Wijayanti, “Hedonisme sebagai Identitas Pengguna Media Sosial Instagram” Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung” (n.d.).

<sup>6</sup> <https://kalam.sindonews.com>, “Wikipedia, /Surah/102/at-Takatsur”.

<sup>7</sup> C Febrianti, “Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Universitas Riau di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru,” *JOM FISIP*, 2017, 1–15.

layanan berbagi gambar, video, hingga lokasi pengguna secara *online*. Berbeda dengan zaman dahulu, media tradisional menggunakan media cetak dan *broadcast* untuk membagikan foto maka pada era sekarang ini semuanya dipermudah dengan adanya internet dan jejaring sosial. Instagram memungkinkan penggunanya untuk mengunggah foto dan video dengan beragam gaya dan editan, unggahan ini pun bisa bersifat publik maupun privat.

Setelah munculnya Instagram pada 2010, aplikasi media sosial ini dengan cepat meraih popularitasnya dengan pengguna dari remaja hingga orang tua. Berbagai unggahan foto dan video muncul dalam beranda Instagram. Unggahan ini dapat berupa kegiatan pribadi pengguna, gaya hidup hingga fashion. Kemudahan mengunggah komentar di Instagram semakin memudahkan pengguna lain dalam mengomentari dan mengkritik sesama pengguna. Perilaku ini menyebabkan sebagian orang berlomba untuk mengunggah hal-hal serupa, salah satunya ialah gaya hidupnya. Bahkan beberapa orang sampai meniru gaya hedonisme dari *selebgram* hanya untuk mendapatkan banyak pengikut. *Selebgram* sendiri adalah julukan bagi seseorang yang memiliki akun dengan banyak jumlah pengikut di Instagram.<sup>8</sup>

Data total pengguna aktif media sosial Indonesia berjumlah 150 juta, sedang menurut APJII (Asosiasi Penyedia Jasa internet Indonesia) 2019, mencapai 171,17 juta jiwa dengan pengguna terbanyak pada usia 12-24 tahun. Instagram merupakan media sosial kedua yang sering dikunjungi oleh pengguna internet setelah Facebook dengan 62 juta diantaranya adalah pengguna Instagram

---

<sup>8</sup> Fahmi Andayani, "Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Budaya Hedonisme Generasi Milenial di Madiun," *Persepsi: Communication Journal* Vol. 5 (2002): 45-51.

dengan kisaran usia tertinggi di rentangan usia 18-34 tahun, dengan kata lain Instagram merupakan sebuah aplikasi yang banyak digunakan oleh kaum muda Indonesia, karena memiliki berbagai macam fitur menarik, seperti *boomerang*, *instastory*, *feed*, *live dan reels*, sehingga sudah menjadi kegiatan sehari-hari kaum muda dalam melakukan komunikasi secara tidak langsung dengan menggunakan media sosial Instagram.<sup>9</sup>

Berdasarkan laporan *databoks* menunjukkan ada 91,01 juta pengguna Instagram di Indonesia pada Oktober 2021. Jumlah ini turun 7,18% dibandingkan Agustus 2021 yang mencapai 98,06 juta pengguna. Secara keseluruhan, mayoritas atau 53,2% pengguna aplikasi berbagi foto dan video di Indonesia adalah perempuan, sedangkan 46,8% pengguna Instagram lainnya adalah laki-laki. Dari data tersebut bisa kita simpulkan bahwa pengguna Instagram aktif banyak didominasi oleh wanita dibandingkan laki-laki.<sup>10</sup> Pada tahun 2023 pengguna Instagram didominasi oleh remaja dan dewasa muda. 30,8% pengguna Instagram masuk ke dalam kelompok usia 18-24 tahun. Kelompok usia 25-34 tahun menyusul di posisi ke-2 dengan nilai 30,3% dan kelompok usia 35-44 tahun diposisi ke-3 dengan 15,7%.<sup>11</sup>

Direktur Facebook Indonesia menuturkan kurang lebih 45 juta orang di Indonesia menggunakan Instagram secara aktif, Indonesia menjadi komunitas

---

<sup>9</sup> APJII [Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia], "Laporan Survei Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia., Edisi 40 Mei, 1–6. Retrieved from <https://Apjii.or.Id/Survei.>," *Buletin APJII*, 2019, 1–6.

<sup>10</sup> Cindy Mutia Annur, "Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?," <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-diindonesia-mayoritas-usia-berapa> diakses pada tanggal 25 Agustus 2023.

<sup>11</sup> "Wikipedia, <https://Data.Goodstats.Id/Statistic/Agneszefanyayonatan/Pengguna-Instagram-Berdasarkan-Rentang-Usia-2023-MEdzz>," 2023.

Instagram terbesar di Asia pasifik, dan menjadi salah satu pengguna terbesar di dunia dari 700 juta pengguna aktif setiap bulannya. Padahal, pengguna aktif di awal tahun 2016 hanya 22 juta.<sup>12</sup>

Observasi awal yang dilakukan peneliti ditemukan bahwa remaja di Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara rela melakukan hal yang tidak sesuai dengan hidupnya demi membangun citra sesuai yang mereka inginkan di media sosial Instagram. Selain itu, tidak semua yang mereka *posting* adalah miliknya atau merupakan bagian dari dirinya, seperti yang dilakukan IF yaitu, meminjam baju untuk foto dan di *upload* ke *Instastory*-nya hal tersebut termasuk fenomena pencitraan yang dilakukan oleh para remaja, dengan melakukan pencitraan di media sosial Instagram mereka merasa status sosialnya meningkat namun, hal tersebut hanya terjadi di dunia maya saja. Hal ini sesuai dengan teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman.

Teori dramaturgi merupakan sebuah teori yang menjelaskan bahwa di dalam kegiatan interaksi satu sama lain sama halnya dengan pertunjukan sebuah drama. Manusia merupakan aktor yang menampilkan segala sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu melalui drama yang dilakukannya, identitas seorang aktor dalam berinteraksi dapat berubah, tergantung dengan siapa sang aktor berinteraksi untuk mencapai tujuannya sang aktor akan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung peran.<sup>13</sup> Banyak pengguna Instagram yang mengunggah foto barang-barang mewahnya ke Instagram hanya untuk

---

<sup>12</sup> Agnes Pertiwi Sutrisno, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*". No. 2," *Journal Common* Vol. 5 (n.d.): hal. 119.

<sup>13</sup>Suko Widodo, "Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial," *Malang Aditya Media Publishing*, n.d., 167.

mendapatkan *like* dan komentar dari *followers-nya*. Hal ini berdasarkan survei yang dilakukan Lend Edu menunjukkan bahwa 78% dari 9.477 partisipan mengetahui perilaku pengguna Instagram yang menghapus foto apabila tidak mendapat *like* dan komentar.<sup>14</sup>

Gaya hidup hedonisme menjadi suatu masalah serius yang mempengaruhi gaya hidup para remaja, begitupun dengan remaja Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara. Faktor eksternal yang mempengaruhi menjadi hedonisme adalah adanya pengaruh dari media sosial yang mereka gunakan. Seringnya seseorang melihat orang lain yang terlihat selalu bersenang-senang menggunakan barang mahal menjadikan banyak remaja yang mengikutinya. Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik untuk meneliti mengenai “Hedonisme di Media Sosial Instagram dalam Kajian Teori Dramaturgi (Studi Kasus Remaja di Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara)”, adapun alasan peneliti menggunakan teori dramaturgi dalam penelitian ini yaitu teori dramaturgi yang dikembangkan oleh Erving Goffman ini menggambarkan interaksi sosial sebagai pertunjukan teater, dimana individu memainkan peran tertentu sesuai dengan konteksnya. Teori ini relevan dengan jurusan komunikasi karena membantu memahami bagaimana individu membangun citra diri dan berinteraksi dalam situasi komunikatif, baik dalam konteks interpersonal, kelompok, maupun media dan dalam hal ini peneliti memfokuskan penelitian pada perilaku hedonis yang terlihat pada penampilan, cara memenuhi kebiasaan *hedon-nya* dan cara remaja mengisi waktu luang untuk memperoleh kesenangan.

---

<sup>14</sup>Rahman Indra, “Survei: Instagram Media Sosial paling Narsis”, <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170406084102-277-205330/survei-instagrammedia-sosial-paling-narsis> diakses pada tanggal 25 Agustus 2023.

Dari banyaknya daerah yang ada di Indonesia, peneliti memilih Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara sebagai lokasi penelitian, karena Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara merupakan daerah yang memiliki populasi penduduk khususnya kalangan remaja yang terbilang banyak yakni 521.<sup>15</sup> dan selain itu, peneliti menjadikan Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara sebagai lokasi penelitian karena lokasinya mudah dijangkau oleh peneliti.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana bentuk perilaku hedonisme remaja Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara di media sosial Instagram melalui tinjauan teori dramaturgi Erving Goffman?
2. Apa alasan remaja Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara melakukan hedonisme di media sosial Instagram ?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bentuk perilaku hedonisme remaja di Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara di media sosial Instagram melalui tinjauan teori dramaturgi Erving Goffman.
2. Untuk mengetahui alasan remaja kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara melakukan hedonisme di media sosial.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat akademik

---

<sup>15</sup>BKKBN, "PROFIL SABBANG.", 30 September 2022, [kampungb.bkkbn.go.id/kampung/39862/sabbang](http://kampungb.bkkbn.go.id/kampung/39862/sabbang). diakses pada tanggal 20 Agustus 2024.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi kepustakaan dan pengetahuan di bidang pendidikan, sosial dan komunikasi.

## 2. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman bagi para remaja, pembaca dan penulis secara khusus yang berkaitan dengan hedonisme di media sosial Instagram.

## 3. Kegunaan praktis

Secara praktis penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pihak-pihak yang terkait dengan hedonisme di media sosial khususnya di media sosial Instagram, antara lain:

### a. Remaja

Hasil penelitian ini dapat digunakan para remaja sebagai bahan evaluasi agar dapat dijadikan pembelajaran agar remaja dapat bermedia sosial dengan baik dan bijak.

### b. Peneliti

Hasil penelitian ini berguna untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang berkaitan dengan hedonisme di media sosial Instagram dalam tinjauan teori dramaturgi dan untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos).



## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Penelitian terdahulu yang relevan dikemukakan penulis sebagai upaya mempelajari dan sebagai referensi variabel yang berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian terdahulu juga bermanfaat untuk dijadikan bahan acuan dan perbandingan tentang penelitian yang dilakukan sebelum peneliti mengadakan penelitian. Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti, yaitu sebagai berikut :

1. Vinna Salwa Arani dengan judul Analisis Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus: Mahasiswa Ilmu Filsafat Universitas Pembangunan Panca Budi Medan) mendeskripsikan gaya hidup hedonisme ditinjau dari kecenderungan memenuhi keinginan dan berusaha lebih menyesuaikan dengan status sosial di lingkungannya agar tercapai suatu tujuan kehidupan yaitu meraih kenikmatan dan kesenangan pada mahasiswa prodi Ilmu filsafat di Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk-bentuk gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif dengan teknik pengambilan data berupa wawancara dan kuesioner/angket serta dilakukan observasi oleh peneliti. Hasil penelitian ini mahasiswa Ilmu filsafat Universitas Pembangunan Panca Budi Medan bergaya hidup hedonisme dengan berbagai aktivitas seperti membeli barang-barang

bermerek, menghabiskan waktu luang dengan nongkrong bersama teman di kafe mewah dan mencari tempat hiburan serta membawa kendaraan pribadi ke kampus.<sup>1</sup>

Berdasarkan penelitian di atas terdapat perbedaan dan persamaan terhadap penelitian yang akan dilakukan. Perbedaannya yaitu lokasi penelitian dan subjek penelitian, dimana penelitian terdahulu meneliti di Universitas Pembangunan Panca Budi Medan dan menjadi subjek penelitiannya yaitu Mahasiswa ilmu Filsafat. Sedangkan persamaannya yaitu penelitian terdahulu mengkaji tentang hedonisme begitupun dengan penelitian yang akan dilakukan.

2. Penelitian Dhiya Izzahtul Rayyan, Abd Majid dan Zelfia, mengkaji “Representasi Gaya Hidup Hedonisme Generasi Millennial dalam Media Sosial Instagram”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui representasi gaya hidup hedonisme pada level ideologi dan realitas dalam akun Instagram generasi millennial. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua teori yaitu teori semiotika dan teori konsumtif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tujuan dari para generasi millennial ini membuat akun media sosial Instagram untuk mengekspresikan dan mencitrakan gaya hidup mereka sehari-hari khususnya gaya hidup yang berlebihan hanya untuk menarik perhatian orang-orang di media sosial Instagram.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Vinna Salwa Arani, “Analisis Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Filsafat Universitas Pembangunan Panca Budi Medan), Skripsi Jurusan Ilmu Filsafat, Universitas Pembangunan Panca Budi Medan” (Universitas Pembangunan Panca Budi Medan).

<sup>2</sup> Zelfia Dhiya Izzahtul Zayyan, Abd. Majid, “Representasi Gaya Hidup Hedonisme Generasi Millennial dalam Media Sosial Instagram,” *Jurnal Ilkom.Fs.Umi.Ac.Id*, 2020.

Berdasarkan penelitian di atas terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun persamaan dari penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan yaitu memiliki salah satu variabel yang sama yakni hedonisme pada media sosial Instagram, dan adapun perbedaannya yaitu penelitian terdahulu menggunakan teori semiotika dan teori konsumtif sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan teori dramaturgi.

3. Mita Wijayanti, mengkaji “Hedonisme sebagai Identitas Pengguna Media Sosial Instagram”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan fenomena hedonisme sebagai identitas pengguna media sosial Instagram. Tipe penelitian ini merupakan deskriptif kualitatif dengan dengan metode etnografi virtual. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa informan menganggap penting untuk membangun identitas di media sosial Instagram karena dapat membantu mereka untuk diterima dan dianggap ada oleh pengguna lainnya. Gaya hidup hedonisme di media sosial Instagram yang kemudian menjadi identitas penggunanya merupakan akibat dari rendahnya komitmen pada individu sehingga tingkah laku mereka di Instagram mudah di pengaruhi oleh lingkungan.<sup>3</sup>

Berdasarkan penelitian di atas terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Perbedaannya yaitu lokasi serta subjek penelitian dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun persamaannya yaitu penelitian terdahulu dan penelitian yang akan dilakukan memiliki sasaran yang sama yakni tentang kehidupan hedonisme.

---

<sup>3</sup>Mita Wijayanti, “Hedonisme sebagai Identitas Pengguna Media Sosial Instagram, ”Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung.”

## B. Landasan Teori

### 1. Teori Dramaturgi

Teori Dramaturgi dicetuskan oleh seorang pakar sosiologi dan penulis dari Kanada kelahiran 11 Juni 1922 dan wafat pada 19 November 1982 dia bernama Erving Goffman. Pada tahun 1959 Goffman sangat tertarik dengan teori dramatisme Burke, sehingga dia memperdalam kajian tentang dramatisme ke dalam buku yang dia karang dengan judul "*The Persentation Of Self in Everyday Life*" di dalam buku tersebut ia mengurai banyak tentang dramaturgi bahwasanya kehidupan merupakan interaksi antar makhluk.<sup>4</sup>

Erving Goffman dalam bukunya *The Persentation Of Self in Everyday Life* mengatakan bahwa *sometimes the individual will act in a thoroughly calculating manner, expressing himself in a given way solely in order to give the kind of impression to others that is likely to evoke from them a spacific response he is concerned to abtain,*<sup>5</sup> yang artinya kadang-kadang individu akan bertindak dengan cara yang penuh perhitungan, mengekspresikan dirinya dengan cara tertentu semata-mata untuk memberikan kesan kepada orang lain yang mungkin akan menimbulkan tanggapan khusus yang ingin diperolehnya.

Dramaturgi berasal dari bahasa Inggris "*Dramaturgy*" dari kata "drama" yang berarti seni atau teknik drama dalam bentuk teater. Pertama kali di populerkan oleh Aristoteles seorang filsus Yunani, sedangkan menurut Erving

---

<sup>4</sup> J. John Macionis, "Society the Basic, Eight Edision," *Jakarta: New Jersey*, 2006, 95–96.

<sup>5</sup> Erving Goffman, *The Presentation of Self Everyday Life*, 1922, [https://monoskop.org/images/1/19/Goffman\\_Erving\\_The\\_Presentation\\_of\\_Self\\_in\\_Everyday\\_Life.pdf](https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf).

Goffman dramaturgi adalah sandiwara kehidupan yang disajikan oleh manusia. Situasi *dramatic* yang seolah-olah terjadi di atas panggung sebagai ilustrasi untuk menggambarkan individu-individu dan interaksi yang dilakukan mereka dalam kehidupan sehari-hari. Secara ringkas dramaturgi merupakan pandangan tentang kehidupan sosial sebagai serentetan pertunjukan dalam sebuah pentas.<sup>6</sup>

Dramaturgi merupakan sebuah teori yang menjelaskan bahwa dalam kegiatan interaksi satu sama lain sama halnya dengan pertunjukan sebuah drama, dalam hal ini merupakan aktor yang menampilkan segala sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu melalui drama yang dilakukannya. Identitas seorang aktor berinteraksi, tergantung dengan siapa sang aktor berinteraksi.<sup>7</sup> Erving Goffman mengasumsikan bahwa ketika manusia berinteraksi dengan sesamanya, mereka ingin menunjukkan suatu *image* dari dirinya yang dapat diterima orang lain. Erving Goffman menyebut hal tersebut dengan istilah pengelolaan kesan (*Impression management*), yaitu upaya yang dilakukan aktor untuk menumbuhkan kesan atau citra tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.<sup>8</sup>

Berdasarkan teori dramaturgi yang dikemukakan oleh Erving Goffman, dapat disimpulkan bahwa dramaturgi sangat berkaitan dengan pola komunikasi masyarakat. Setiap orang memiliki dua sisi yaitu, sisi panggung depan (*front stage*) dan sisi panggung belakang (*back stage*). Setiap orang memiliki usahanya

---

<sup>6</sup> Wardatul Jannah dan Nova Saha Fasadena, "Fenomena Mandi Lumpur Live di TikTok Menurut Teori Dramaturgi Erving Goffman," *The Journal of Islamic Communication and Broadcasting* Vol 2.

<sup>7</sup> Suko Widodo, "Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial."

<sup>8</sup> Tian Angga Pradhana, "*Self-Presenting* pada Media Sosial Instagram dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman" (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019).

tersendiri ingin dipandang oleh orang lain, sebagaimana citra yang ia buat. Maka dari itu, seseorang sering kali menciptakan suatu *setting* yang disusun sedemikian rupa untuk kemudian ditampilkan di hadapan orang lain. Teori dramaturgi dari Erving Goffman yang menjelaskan mengenai panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) terjadi dalam berbagai interaksi antar individu. Setiap orang memiliki tujuan yang ingin ia capai, dan memiliki caranya sendiri untuk mencapai tujuannya tersebut. Dalam berinteraksi, seseorang akan menjaga sikap, perilaku dan tutur katanya. Hal tersebut terjadi sebagai bentuk kontrol diri selama terjadinya interaksi dengan orang lain agar mendapatkan kesan yang baik sebagaimana yang ia harapkan.<sup>9</sup>

#### **a. Panggung Depan (*Front Stage*)**

Panggung depan (*front stage*) merupakan bagian dari sebuah pertunjukan yang menggambarkan situasi yang sedang disaksikan oleh audiens. Panggung depan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kehidupan media sosial dikalangan remaja khususnya Instagram. Sebagai pengguna Instagram, para remaja memainkan peran tertentu sesuai dengan tujuannya. Seperti meningkatkan status sosialnya dan mendapatkan perhatian dari audiensnya di Instagram atau yang biasa dikenal dengan sebutan *followers*. Instagram adalah media sosial yang cocok untuk dijadikan panggung depan. Pengguna Instagram sangatlah beragam mulai dari usia muda hingga tua dari berbagai kalangan dan

---

<sup>9</sup> Diana Sari Fajrati, "Instagram sebagai Media Sosial untuk Membangun Personal Branding di Kalangan Komunitas Instameet Indonesia di Jakarta" (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/50263>.

status sosial. Hal ini membuat karakter yang sedang diperankan oleh remaja (aktor) dengan mudah dan dapat ditonton oleh semua pengguna Instagram di seluruh penjuru dunia. Maka, aktor akan memiliki keleluasaan dan lebih mudah untuk membangun citra di dunia maya.

#### **b. Panggung Belakang (*Back Stage*)**

Panggung belakang merupakan bagian belakang layar dimana aktor melakukan berbagai persiapan, latihan, beristirahat, dan kegiatan lain yang biasa dilakukan oleh aktor untuk mendukung peran yang dimainkan di atas pentas. Dalam penelitian ini panggung belakang yang dimaksud adalah dimana dan bagaimana remaja berupaya untuk menunjang karakter yang akan diperankan dihadapan audiens atau panggung depan.<sup>10</sup>

## **2. Hedonisme**

Menurut Salam, hedonisme berasal dari bahasa *Grik* yaitu “*hedone*”, yang berarti kesenangan, “*pleasure*”. individu yang menganut aliran ini, dengan sendirinya menganggap atau menjadikan kesenangan sebagai tujuan hidupnya.<sup>11</sup> Sejarah Hedonisme diawali pada masa kehidupan filsuf Yunani Socrates, seorang filsuf populer saat itu mengajukan pertanyaan filsafat terkait tujuan hidup manusia di dunia, kemudian muridnya bernama Aristippos memiliki pandangan bahwa kehidupan terbaik bagi manusia adalah kesenangan. Atas latar

---

<sup>10</sup> Luky Amelia dan Saiful Amin, “Analisis *Self-Presenting* dalam Teori Dramaturgi Erving Goffman pada Tampilan Instagram Mahasiswa,” *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial* Vol. 1 (2022): 173–87, <http://repository.uin-malang.ac.id/10976/>.

<sup>11</sup> Salam, “Etika Sosial: Asas Moral dalam Kehidupan Manusia,” *Jakarta: Rineka Cipta*, 2002, <http://digilib.fisipol.ugm.ac.id/handle/15717717/10832>.

belakang tersebut, maka lahir pemikiran hedonisme. Namun, makna hedonisme telah mengalami pergeseran seiring dengan perkembangan zaman, hedonisme saat ini disandingkan dengan makna kemewahan, gaya hidup berlebihan, dan cenderung kepada perilaku konsumtif, seperti pengertian pada gaya hidup hedonisme adalah suatu pola hidup dimana aktivitasnya cenderung mencari kesenangan hidup, contohnya lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, menyenangi keramaian kota, menyukai barang mahal, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.<sup>12</sup>

Istilah hedonisme tentunya sudah sering didengar oleh sebagian besar orang, gaya hidup yang cenderung menuruti keinginannya daripada kebutuhan ini merupakan salah satu gaya hidup yang termasuk negatif. Orang-orang yang memiliki sikap hedonisme ini terkadang lebih banyak menghabiskan waktu di luar daripada di rumah atau lebih banyak membeli barang yang terkesan menarik pandangan daripada barang yang di butuhkan.<sup>13</sup>

Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa orang yang akan menjadi bahagia dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan sedapat mungkin menghindari perasaan-perasaan yang menyakitkan.<sup>14</sup> Kegiatan atau perilaku hedonisme yang diperlihatkan oleh remaja di media sosial adalah dengan membeli barang-barang atau jasa yang dinilai kekinian, mereka akan membeli apa saja yang sedang *trend* dipakai oleh berbagai kalangan masyarakat

---

<sup>12</sup> Nugraheni, "Fenomena Gaya Hidup Hedonis pada Remaja, Skripsi Semarang" (Fakultas Psikologi UNIKA, 2003).

<sup>13</sup> Fahmi Andayani, "Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Budaya Hedonisme Generasi Milenial di Madiun."

<sup>14</sup> Franz Magnis-Suseno, "Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral."

terutama *public figure*. Remaja cenderung melakukan pembelian barang dan jasa sesuai dengan apa yang mereka inginkan tanpa memikirkan sebab akibat yang akan diperoleh. Banyak remaja di media sosial yang membagikan foto atau video dengan pakaian dan *fashion* yang kekinian hanya untuk memenuhi keinginannya.

Gaya hidup hedonisme juga merupakan salah satu bentuk gaya hidup yang dikenal sebagai *trend* di kalangan remaja saat ini. Daya pikat gaya hidup hedonis tentunya sangat menarik bagi remaja sehingga muncullah fenomena baru akibat adanya paham ini. Dengan adanya fenomena tersebut, remaja cenderung untuk lebih memilih hidup yang mewah, enak, dan serba berkecukupan tanpa harus bekerja keras.<sup>15</sup>

Hedonisme ini secara umum tidak bisa dilepaskan dengan budaya populer yang menyertai dinamika kehidupan remaja yang mudah terpengaruh oleh teman sebaya cenderung meniru perilaku yang sedang *trend* di kalangannya tanpa menilai apakah perilaku tersebut tepat atau tidak. Remaja sebagai generasi yang berada pada tahapan mencari identitas diri sering terpengaruh oleh sekelilingnya baik yang positif maupun yang negatif. Hal ini cenderung terjadi karena emosi remaja yang tidak stabil, pada masa ini remaja terbentuk pola konsumsi yang dapat berkembang menjadi pola konsumtif. Apabila dikaitkan dengan indikator perilaku konsumtif hal ini bisa dengan seseorang membeli sesuatu karena untuk menjaga penampilan diri, gengsi dan sekedar menjaga

---

<sup>15</sup> Ranti Tri Anggraini dan Fauzan Heru Santoso, "Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja," *Journal of Psychology* Vol. 3 (2017): 131–40.

simbol status. Bila ini terus terulang hal ini bisa menimbulkan pola gaya hidup remaja yang hedonisme.<sup>16</sup>

### 3. Media Sosial

Media sosial adalah *platform* digital yang memfasilitasi penggunaannya untuk saling berkomunikasi atau membagikan konten berupa tulisan, foto, video, audio dan merupakan *platform* digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktifitas sosial bagi setiap pengguna.<sup>17</sup> Media sosial adalah sebuah fasilitas yang muncul untuk memenuhi kebutuhan komunikasi, perantara atau penghubung antar manusia baik yang berdekatan maupun berjauhan. Media sosial membuat penggunaannya dapat berkomunikasi dan saling melakukan aktivitas berbasis internet tanpa dibatasi jarak, ruang dan juga waktu. Dalam penggunaannya masih banyak remaja yang belum bisa memanfaatkan dengan baik. Masih banyak remaja yang tidak mempergunakan penggunaan media sosial pada tempatnya, sehingga berdampak efek negatif bagi kehidupan remaja. Berkembangnya zaman yang semakin modern ini membuat media sosial bukan hanya sebuah fasilitas namun juga sudah menjadi bagian dari gaya hidup di berbagai kalangan manusia.<sup>18</sup>

Media sosial merupakan salah satu bentuk perkembangan dari adanya internet. Melalui media sosial, seseorang dapat saling terhubung dengan setiap

---

<sup>16</sup> Dhiya Izzahtul Zayyan, 'Representasi Gaya Hidup Hedonisme Generasi Millennial dalam Media Sosial Instagram.'

<sup>17</sup> Ria Amelinda, Fenomena Sarkasme Komunikasi: Analisis Gaya Komunikasi Selebgram di Media Sosial, Palita: Journal of Social Religion Research 8, (Oktober 2023): 9, [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=id&user=NY7pOHwAAAAJ&citation\\_for\\_view=NY7pOHwAAAAJ:d1gkVwhDpl0C](https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=NY7pOHwAAAAJ&citation_for_view=NY7pOHwAAAAJ:d1gkVwhDpl0C).

<sup>18</sup> Fahmi Andayani, "Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Budaya Hedonisme Generasi Milenial di Madiun".

orang yang tergabung dalam media sosial yang sama untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Media sosial memiliki sifat yang lebih interaktif apabila dibandingkan dengan bentuk media tradisional seperti radio, maupun televisi. Melalui media sosial, kita dapat secara langsung berinteraksi dengan orang lain, baik melalui komentar dalam media sosial maupun hanya sekedar memberikan reaksi atau *like* pada setiap postingan seseorang. Media sosial ada dalam berbagai bentuk yang berbeda, termasuk *sosial network*, forum internet, *weblogs*, *sosial blogs*, *micro blogging*, wikis, *podcast*, gambar, video, *rating*, dan *bookmark* sosial.<sup>19</sup>

Andreas Kaplan dan Michael Heanlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”. Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap individu bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.<sup>20</sup>

Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi *feedback* secara terbuka, memberi komentar, dan membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Seseorang yang awalnya kecil bisa menjadi besar dengan media sosial,

---

<sup>19</sup> Jita Wanodya, “Interaksi Sosial di Media Sosial dalam Perspektif Dramaturgi (Studi Kasus Pengguna WhatsApp dan Instagram Kelompok Ibu-Ibu Seven Squad Di SD Ruhama)” (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/49265>.

<sup>20</sup> A. Rafiq, “Dampak Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat,” *Jurnal Global Komunika* Vol 1.

atau sebaliknya. Bagi masyarakat khususnya kalangan remaja, media sosial sudah menjadi candu yang membuatnya tiada hari tanpa membuka media sosial.<sup>21</sup>

#### 4. Instagram

Instagram berasal dari pengertian keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “*insta*” berasal dari kata “*instan*” sama dengan kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan “foto instan”. Instagram juga bisa menampilkan foto-foto secara instan, seperti *polaroid* di dalam tampilannya, dan untuk kata “*gram*” berasal dari kata “Telegram” yang cara kerjanya untuk mengirim pesan atau informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang bisa mengunggah foto dengan menggunakan jaringan Internet, sehingga pesan atau informasi yang ingin disampaikan bisa diterima dengan cepat.<sup>22</sup>

Instagram merupakan sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagai informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas, karena Instagram

---

<sup>21</sup> Wilga Secsio Ratjasa Putri, R. Nunung Nurwati dan Meilanny Budiarti Santoso, “Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja, *Journal UNPAD*, Vol 3, No 1.

<sup>22</sup> Wikipedia. <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>.

mempunyai fitur yang dapat membuat foto lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.<sup>23</sup>

Menurut Prakoso Instagram adalah media sosial berbasis *sharing* foto maupun video unggahan foto ataupun video, dilengkapi dengan *caption* dan *hashtag*. Menurut Hu Yuheng beberapa kategori foto bersama teman, foto makanan, foto *gadget*, foto yang berisi kutipan atau *meme*, foto hewan peliharaan, foto aktivitas sehari-hari (*outdoor* maupun *indoor*), foto *selfie* dan foto *fashion*. Hasil *survey* yang dilakukan oleh *WeAreSocial.net and Hootsuits*, menyatakan bahwa Instagram salah satu media sosial dengan jumlah pengguna terbesar di empat dunia.<sup>24</sup> Instagram adalah media dengan fungsi untuk memudahkan kegiatan berbagi secara *online* berupa foto-foto, video, dan juga layanan jejaring sosial yang dapat digunakan pengguna untuk mengambil dan membagi ke teman mereka.<sup>25</sup>

Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang banyak mempengaruhi gaya hidup seseorang. Pemikiran seseorang yang terkadang masih menerapkan prinsip ikut-ikutan baik dari lingkungannya maupun gaya hidupnya. Prinsip ini membuat seseorang memiliki sikap hedonisme atau mementingkan keinginannya ketimbang kebutuhannya. Gaya hidup seperti ini sudah banyak ditemui di kalangan remaja *millennial* yang menerapkan gaya hidup hedonisme

---

<sup>23</sup> Bambang Atmoko Dwi, "Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel," *Jakarta: Media Kita*, 2012.

<sup>24</sup> Dameria Girsang dan Nova Lusnia Sipayung, "Peran Instagram terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun (Pasca Pandemi Covid-19)," *Jurnal Darma Agung* vol 29 (n.d.): 416–28.

<sup>25</sup> Putri Rizki Amalia, "Pemaknaan Followers terhadap Gaya Komunikasi Dakwah pada Akun Instagram @Hanan\_Attaki" (Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018).

agar tidak terkesan ketinggalan jaman. Mereka cenderung memiliki sikap hedonisme dikarenakan tontonan atau berbagai hal yang ditemuinya di platform-platform media sosial terkesan menarik dan kekinian.

Instagram menawarkan fitur bagi penggunanya agar dapat mengunggah konten dengan beragam bentuk seperti gambar, video, musik, maupun tulisan. Fitur ini memberikan pilihan terkait bagaimana pengguna ingin memikat audiensnya. Selain itu, Instagram juga menawarkan fitur kolom komentar yang mana dapat memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk dapat berinteraksi dengan pengguna lain tanpa terhalang jarak dan waktu. Seiring dengan berjalannya waktu, Instagram bukan hanya dijadikan sebagai sarana untuk membagikan *moment* pribadi dalam bentuk foto maupun video. Telah banyak bermunculan akun Instagram yang mendedikasikan akun Instagramnya untuk membagikan berbagai informasi ke audiensnya, mulai dari informasi terkini tentang isu yang sedang *trend*, informasi tentang kejadian yang ada di daerah sekitar, *review* makanan, tutorial memasak, berjualan, pengadaan *event*, tips tugas dan lain-lain.<sup>26</sup>

## 5. Remaja

Salah satu periode dalam rentang kehidupan individu adalah masa remaja. Fase ini merupakan segmen kehidupan yang penting dalam siklus perkembangan individu, dan merupakan masa transisi yang dapat diarahkan pada perkembangan masa dewasa yang sehat. Masa remaja atau “*adolescence*”

---

<sup>26</sup> Marhadina Dwi Lestari dan Nurliah, “Interaktivitas Akun Instagram @Ezraalfatah dalam Membangun Motivasi Mahasiswa Menyusun Skripsi: Studi terhadap Mahasiswa Kalimantan Timur,” *Jurnal Edukasi Nonformal* Vol 4 (2023).

berasal dari bahasa latin “*adolescere*” yang berarti ‘tumbuh menjadi dewasa’. Apabila diartikan dalam konteks yang lebih luas, akan mencakup kematangan mental, emosional, sosial dan fisik. Masa remaja menurut Hurlock diartikan sebagai suatu masa transisi atau peralihan, yaitu periode dimana individu secara fisik maupun psikis berubah dari masa kanak-kanak ke masa dewasa.<sup>27</sup>

Menurut WHO, remaja adalah penduduk dalam rentang usia 10-19 tahun, menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI nomor 25 tahun 2014, remaja adalah penduduk dalam rentang usia 10-18 tahun dan menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) rentang usia remaja adalah 10-24 tahun dan belum menikah. Masa remaja adalah masa peralihan atau transisi dari anak-anak menuju masa dewasa. Pada masa ini begitu pesat mengalami pertumbuhan dan perkembangan, baik itu fisik maupun mental. Sehingga dapat dikelompokkan remaja terbagi dalam tahapan berikut ini :

1. Pra remaja (11 atau 12-13 atau 14 tahun)

Pra remaja ini mempunyai masa yang sangat pendek, kurang lebih hanya satu tahun; untuk laki-laki usia 12-13 tahun -13 atau 14 tahun. Dikatakan juga fase ini adalah fase negatif, karena terlihat tingkah laku yang cenderung negatif. Fase yang sukar untuk hubungan komunikasi antara anak dengan orang tua. Perkembangan fungsi-fungsi tubuh juga terganggu karena mengalami perubahan-perubahan termasuk perubahan hormonal yang bisa menyebabkan perubahan suasana hati yang tak terduga. Remaja menunjukkan peningkatan

---

<sup>27</sup> Miftahul Jannah, “Remaja dan Tugas-Tugas Perkembangannya dalam Islam,” *Jurnal Psikoislamedia* Vol.1.

*reflektivenes* tentang diri mereka yang berubah dan meningkat berkenaan dengan apa yang orang pikirkan tentang mereka.

## 2. Remaja awal (13 atau 14 tahun – 17 tahun)

Pada fase ini perubahan-perubahan terjadi sangat pesat dan mencapai puncaknya. Ketidakseimbangan emosional dan ketidakstabilan dalam banyak hal terdapat pada usia ini. Ia mencari identitas diri karena masa ini, statusnya tidak jelas. Pola-pola hubungan sosial mulai berubah menyerupai orang dewasa muda, remaja sering berhak untuk membuat keputusan sendiri. Pada masa perkembangan ini, pencapaian kemandirian dan identitas sangat menonjol, pemikiran semakin logis, abstrak, idealistis dan semakin banyak waktu diluangkan diluar keluarga.

## 3. Remaja lanjut (17-20 atau 21 tahun)

Dirinya menjadi pusat perhatian ia ingin menonjolkan dirinya caranya berbeda dengan remaja awal. Ia idealis mempunyai cita-cita tinggi, bersemangat dan mempunyai energi yang besar. Ia berusaha memantapkan identitas diri, dan ingin mencapai ketidaktergantungan emosional.<sup>28</sup>

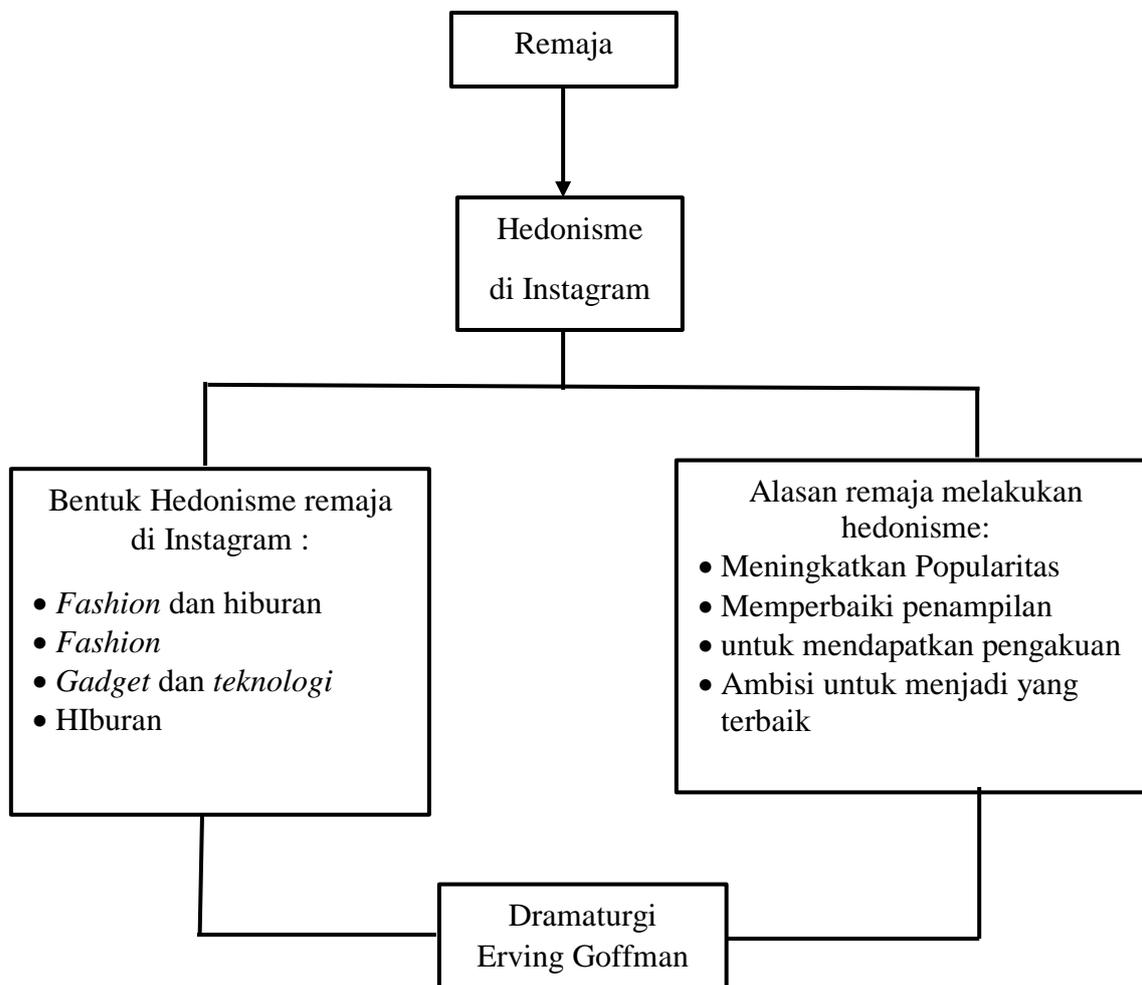
---

<sup>28</sup> Amita Diananda, "Psikologi Remaja dan Permasalahannya," *Journal ISTIGHNA* Vol. 1.

### C. Kerangka Pikir

#### Hedonisme di Instagram dalam Kajian Teori Dramaturgi : Studi Kasus

#### Remaja di Kecamatan Sabbang, Kab. Luwu Utara



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*). Menggunakan pendekatan studi kasus dan etnografi virtual. Penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati, dan pendekatan ini diarahkan pada latar serta individu tersebut secara holistik atau utuh. Shaughnessy dan Zechmeister menjelaskan bahwa penelitian studi kasus merupakan titik awal bagi peneliti yang sedang memasuki bidang penelitian yang masih relatif sedikit diketahui, berdasarkan fenomena atau gejala yang muncul yaitu masalah remaja di Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara yang menampilkan gaya hedonisme di media sosial Instagram.<sup>1</sup>

Etnografi virtual merupakan metodologi yang digunakan untuk melakukan eksplorasi terhadap entitas (*user*) yang menggunakan internet. Menurut Hine Etnografi virtual juga merefleksikan implikasi-implikasi dari komunikasi termediasi internet. Jorgen Skageby dan Daniel menjelaskan etnografi virtual merupakan metode yang digunakan secara kualitatif untuk memahami peristiwa pada komunitas virtual, dengan menggunakan observasi

---

<sup>1</sup>Elia Firdah Mufidah dan Peppy sisca Dwi Wulansar, "Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Pascasarjana di Media Sosial," *Jurnal Konseling Indonesia*, hal 33–36.

dan wawancara secara *online*. Metode etnografi virtual menurut Jorgen memamparkan tentang kebiasaan komunitas yang lebih *specific* dengan penggunaan teknologi dalam berkomunikasi.<sup>2</sup>

## **B. Fokus penelitian**

Fokus penelitian adalah rangkaian bentuk susunan permasalahan yang dijelaskan sebagai pusat atau topik penelitian sehingga penelitian terfokus, dan peneliti benar-benar mampu mengumpulkan data dan menganalisis data sesuai dengan tujuan peneliti. Pada fokus penelitian terdapat pembatasan penelitian kualitatif, ini akan lebih didasarkan pada tingkat kepentingan dari masalah yang dihadapi dalam penelitian ini.

Penelitian ini memfokuskan pada Hedonisme di media sosial intagram dalam kajian teori Dramaturgi studi kasus remaja di kecamatan Sabbang yang subjek utamanya adalah remaja di kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu utara yang biasa menampilkan gaya Hedonisme di media sosial Instagram.

## **C. Defenisi Istilah**

Defenisi istilah merupakan penjelasan makna dari masing-masing kata kunci yang terdapat pada judul dan fokus penelitian berdasarkan maksud dan pemahaman peneliti.

“Hedonisme di media sosial Instagram dalam kajian teori Dramaturgi: Studi kasus remaja di kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara”

---

<sup>2</sup> Fitria Mayasari, “Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture dan Partisipasi Pengguna Media Terhadap Tokoh Publik sssdi Media Sosial,” *Journal of Communication and SocietyI* Vol 1.

Uraian definisi istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Hedonisme

Hedonisme adalah gaya hidup yang fokus pada kesenangan dan kemewahan, serta lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Dalam hal ini hedonisme berarti menampilkan kemewahan atau kesenangan di media sosial Instagram, yang tidak mencerminkan kenyataan hidup sebenarnya.

#### 2. Media sosial

Media sosial yaitu sekelompok aplikasi berbasis internet yang bisa memudahkan penggunanya karena bisa menghubungkan pengguna yang satu dengan pengguna lainnya baik yang berdekatan maupun yang berjauhan. Media sosial juga memungkinkan penggunanya berkomunikasi tanpa dibatasi ruang dan waktu kemudian penggunanya juga bisa mengirim pesan dengan cepat tanpa batas.

#### 3. Instagram

Instagram adalah salah satu media sosial yang memiliki banyak fitur termasuk memberikan layanan berbagi foto maupun video secara *online*. Instagram juga salah satu aplikasi yang banyak digemari oleh masyarakat termasuk remaja, karena di Instagram juga memberikan layanan berfoto atau *selfie* dan juga tempat masyarakat membagikan aktivitasnya baik itu makan di cafe, liburan, memasak, dan aktivitas lainnya.

#### 4. Remaja

Remaja adalah seseorang yang sedang dalam masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju ke masa dewasa, yang mencakup kematangan mental, emosional dan fisik. Dimana remaja memiliki rasa keingintahuan yang besar dan sedang mengalami persiapan memasuki masa dewasa. Menurut WHO batasan usia remaja adalah 12 sampai 24 tahun.

#### 5. Teori dramaturgi

Teori yang dikembangkan oleh Erving Goffman yang berpendapat bahwa kehidupan seseorang sama halnya dengan pertunjukan sebuah drama di atas panggung, dimana setiap orang memiliki dua sisi yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) dan seseorang bebas memainkan peran yang ia inginkan kemudian di tampilkan di hadapan orang lain.

### **D. Desain Penelitian**

Desain penelitian yang tersusun dalam penelitian ini merupakan petunjuk bagi peneliti untuk menjalankan rencana penelitian. Desain penelitian berbicara tentang langkah-langkah yang peneliti lakukan dari tahap awal sampai akhir. Adapun langkah-langkahnya sebagai berikut :

#### 1. Tahap persiapan

Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini meliputi penentuan lokasi yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian, meminta izin kepada pemerintah setempat, menyusun instrumen-instrumen pendukung yang digunakan dalam penelitian yakni dalam responsif, menyesuaikan diri dengan subjek penelitian,

memilih sumber data, memproses data, mengklarifikasi informasi yang ditemukan sampai data yang diperoleh cukup.

## 2. Tahap pelaksanaan

Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini meliputi melakukan observasi awal dengan menciptakan keakraban dengan subjek penelitian, dengan melakukan perbincangan ringan sebelum membahas mengenai tujuan penelitian, menentukan subjek kemudian mewawancarai subjek yang telah ditentukan.

## 3. Tahap analisis data

Setelah tahap pelaksanaan selesai dilaksanakan, maka langkah selanjutnya adalah tahap analisis data. Data yang diperoleh dari tahap pelaksanaan, selanjutnya menganalisis data yang diperoleh melalui observasi, hasil wawancara, dokumentasi dengan mengaitkan antara data yang satu dengan lainnya, sehingga menghasilkan kesimpulan.

## **E. Data dan Sumber Data**

Sumber data adalah darimana data didapat. Sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data yang sesuai dengan subjek penelitian, adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Sumber data primer

Data primer merupakan jenis data yang di dapatkan untuk kepentingan penelitian. Data primer adalah data utama yang di gunakan untuk menjawab

masalah penelitian. Datanya di peroleh dari hasil wawancara dengan informan dalam penelitian ini yang merupakan remaja kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara, Adapun penentuan subjek dalam penelitian ini yaitu peneliti akan memilih dan menentukan 8 orang sebagai subjek yang berasal dari kelas ekonomi menengah kebawah, diantaranya 4 laki-laki dan 4 perempuan. Alasan peneliti dalam menentukan 8 orang subjek karena hal tersebut berdasarkan hasil observasi awal dimana peneliti telah menemukan subjek yang sesuai dengan kebutuhan peneliti untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan.

## 2. Sumber data sekunder

Data sekunder merupakan jenis data pelengkap yang sifatnya melengkapi data penelitian yang sudah ada. Sumber data sekunder dalam penelitian ini berasal dari hasil dokumentasi cara berpenampilan atau gaya hidup hedonis yang di tampilkan. Data sekunder berupa *screen capture* profil media sosial Instagram para remaja hedonisme. Sumber data sekunder juga di peroleh dari buku-buku referensi, jurnal penelitian, artikel, dan internet maupun situs-situs lainnya yang dapat mendukung penelitian.

## **F. Instrumen Penelitian**

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri. Maka dari itu peneliti juga perlu divalidasi untuk mengukur sejauh mana penelitian kualitatif siap melakukan penelitian yang akan dilakukan di lapangan. Validasi disini diartikan sebagai instrumen meliputi validasi terhadap pemahaman metode kualitatif, penguasaan wawasan terhadap bidang atau kegiatan yang diteliti, serta kesiapan peneliti untuk memasuki obyek penelitian, baik secara akademik

maupun logistiknya atau kata lainnya bekal memasuki lapangan.<sup>3</sup> Maka dalam hal ini peneliti menjadi alat dalam memperoleh informasi dari data dengan metode-metode yang digunakan mulai dari menyiapkan persiapan sebelum terjun di lokasi penelitian, dan hal yang dilakukan ketika di lokasi penelitian, dan setelah mendapatkan data.

### **G. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data merupakan suatu yang sangat penting, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **1. Observasi**

Observasi yaitu melihat atau mengamati langsung fenomena yang berkaitan dengan hedonisme di media sosial Instagram pada remaja kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara

#### **2. Wawancara**

Wawancara yaitu proses tanya jawab lisan yang berlangsung dengan daftar sejumlah pertanyaan yang dibuat peneliti sebagai pedoman pada saat melangsungkan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti mengambil informan dari remaja kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara

#### **3. Dokumentasi**

---

<sup>3</sup> Sumadi Suryabrata, *Metode Penelitian, Jakarta: Rajawali, 1978, 222.*

Dokumentasi adalah metode yang mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, lengger, agenda dan sebagainya.<sup>4</sup> Dokumentasi digunakan untuk mengambil foto saat peneliti mewawancarai informan secara langsung maupun tidak langsung, dokumentasi ini sangat penting oleh peneliti sebagai bukti bahwa peneliti benar-benar melakukan wawancara.

## H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu cara yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data hasil penelitian yang selanjutnya dicari penelitian yang diperoleh.<sup>5</sup>

### 1. Pengumpulan data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menyusun data yang diperoleh data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi dalam bentuk catatan lapangan. Catatan tersebut diklasifikasi menjadi dua, *pertama* bersifat deskriptif. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data deskriptif melalui hal-hal yang dilihat, didengar, dirasakan dan dialami langsung oleh peneliti di lokasi penelitian. *Kedua*, catatan refleksi yang memuat kesan, komentar, pandangan peneliti tentang temuan yang dijumpai dan merupakan rencana pengumpulan data untuk tahap selanjutnya. Untuk mendapatkan catatan tersebut, peneliti melakukan observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap beberapa sumber

---

<sup>4</sup> Suharsimi, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik," *Jakarta: Rineka Cipta*, 2013, 274.

<sup>5</sup> Sumadi Suryabrata, "Metodologi Penelitian," *Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada*, 2010, 40.

data penelitian. Peneliti mengumpulkan data, lalu peneliti melakukan pemeriksaan kelengkapan data serta kejelasan data yang diterima, sehingga data yang diperoleh merupakan data yang valid.

## 2. Reduksi data

Reduksi data dalam penelitian ini dilakukan dengan memilah, menyeleksi data yang diperoleh di lokasi penelitian. Reduksi data dilakukan selama penelitian berlangsung di lapangan, sampai laporan tersusun.

## 3. Penyajian data

Penyajian data merupakan data dan informasi yang diperoleh dari lokasi penelitian dimasukkan ke dalam suatu matriks, kemudian data tersebut disajikan sesuai data yang diperoleh dalam penelitian di lapangan, sehingga peneliti akan dapat menguasai data dan tidak salah dalam menganalisis data serta menarik kesimpulan.

## 4. Penarikan kesimpulan dari verifikasi

Penarikan kesimpulan merupakan usaha untuk mencari atau memahami makna, keteraturan, dan kejelasan pola, dan alur sebab akibat atau proporsi dari kesimpulan yang ditarik. Dengan syarat harus segera diverifikasi dengan cara melihat dan mempertanyakan kembali sambil melihat catatan agar memperoleh pemahaman yang lebih tepat. Tahap selanjutnya peneliti melakukan analisis data

dan mendeskripsikan data tersebut sehingga data dapat dimengerti dan jelas sesuai tujuan penelitian.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Sugiyono, “Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods),” *Bandung: Alfabeta*, 2013, 337–45.

## **BAB IV**

### **DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Gambaran lokasi penelitian**

Kecamatan sabbang merupakan kecamatan di kabupaten Luwu utara yang memiliki luas wilayah sekitar 525,08 km<sup>2</sup>. Kecamatan Sabbang berbatasan langsung dengan kabupaten Luwu di sebelah barat, sedangkan batas sebelah timur dan selatan adalah Kecamatan Baebunta, dan utara berbatasan dengan Rongkong.

Pemerintah Kecamatan Sabbang membawahi 20 desa dimana seluruh desa sudah berstatus definitive. Desa yang paling luas wilayahnya adalah Desa malimbu (114,86 km<sup>2</sup>) atau meliputi 21,87 persen luas wilayah Kecamatan Sabbang, adapun desa yang paling kecil wilayahnya adalah Desa Batu Alang (4,11 km<sup>2</sup>) atau 0,78 persen dari total luas Kecamatan.<sup>1</sup>

##### **2. Perbedaan hedonisme Kecamatan Sabbang dan Kota**

Perbedaan dalam akses dan penerimaan barang-barang teknologi mewah seperti Iphone terlihat jelas antara Kecamatan Sabbang dan kota, menciptakan kesenjangan dalam persepsi sosial, di kota kepemilikan barang-barang mewah seperti Iphone lebih umum karena faktor ekonomi dan gaya hidup, sedangkan di Kecamatan Sabbang, hal tersebut bisa dianggap luar biasa karena keterbatasan dalam akses atau daya beli. Ini juga menunjukkan perbedaan dalam nilai-nilai

---

<sup>1</sup> Bpsluwuutara, "Kecamatan Sabbang Selatan dalam angka 2021", 24 September 2021, [luwuutarakab.bps.go.id/publication/2021/09/24/2f989baf1789ec064d85035/kecamatan-sabbang-selatan-dalam-angka-2021.html](http://luwuutarakab.bps.go.id/publication/2021/09/24/2f989baf1789ec064d85035/kecamatan-sabbang-selatan-dalam-angka-2021.html), diakses pada tanggal 9 Juli 2024

sosial dan aspirasi masyarakat di kedua tempat. Barang-barang mahal seperti Iphone memang dianggap hal yang wow di Desa atau dalam hal ini Kecamatan Sabbang, karena beberapa faktor salah satunya akses ekonomi, di Kecamatan Sabbang daya beli masyarakat cenderung lebih rendah, sehingga barang-barang mahal menjadi simbol status.

### **3. Profil Informan**

Penelitian ini berfokus pada aspek perilaku hedonisme remaja di Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara, dalam media sosial Instagram. Penelitian ini mencakup aktivitas yang dilakukan oleh remaja untuk mencari kesenangan hidup atau memenuhi kebutuhan hedonisnya, khususnya dalam hal fashion dan gaya hidup, serta penyebab timbulnya perilaku hedonis tersebut. Selain itu, penelitian ini juga meneliti bagaimana penempatan diri remaja antara panggung depan (*front stage*) yang berupa media sosial Instagram dan panggung belakang (*back stage*) yang berupa kehidupan nyata mereka.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti terhadap remaja kelas ekonomi menengah kebawah yang menunjukkan perilaku hedonisme di media sosial Instagram, peneliti memilih dan menentukan delapan orang subjek. Pemilihan subjek penelitian dilakukan berdasarkan ciri-ciri yang telah ditetapkan sebelumnya pada sumber data primer di halaman 31-32 oleh peneliti. Berikut hasil penelitian yang diperoleh peneliti terkait bentuk-bentuk hedonisme remaja kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara yang meliputi *fashion*, tempat hiburan, dan penggunaan barang-barang mahal.

<b>Nama</b>	<b>Umur</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Bentuk Hedonisme Remaja</b>
AI	22	P	<i>Fashion</i> dan Hiburan
WI	20	P	<i>Fashion</i>
IF	22	P	<i>Fashion</i>
NA	24	P	<i>Fashion</i>
RE	18	L	<i>Gadget</i> dan Teknologi
FN	19	L	<i>Gadget</i> dan Teknologi
AB	19	L	<i>Gadget dan teknologi</i>
HL	21	L	Hiburan

Tabel 4.1 Profil Informan

## a). Informan Pertama

Nama : AI

Umur : 22

Pekerjaan : Karyawan Salon

AI seorang remaja Kecamatan sabbang, Kabupaten Luwu Utara berusia 22 tahun yang bekerja sebagai karyawan salon menunjukkan bahwa dia memiliki minat yang tinggi dalam *fashion*. AI selalu mengikuti tren mode terbaru dan tidak ragu untuk mengekspresikan dirinya melalui gaya berpakaian yang modis seperti mengenakan cardigan dengan warna-warna pastel yang sedang tren. Selain itu, AI juga memiliki hobi mengunjungi tempat-tempat hiburan. AI sering menghabiskan waktu di kafe, bioskop, dan tempat-tempat rekreasi lainnya.

## b). informan kedua

Nama : WI

Umur : 20

Pekerjaan : Mahasiswi

WI adalah seorang remaja berusia 20 tahun yang tinggal di Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara. Saat ini, ia berstatus sebagai mahasiswi di salah satu universitas ternama di Palopo. Selain fokus studinya, WI memiliki selera yang tinggi. Nini selalu tampil *stylish* dan *up to date* dengan tren mode terbaru seperti celana jeans gombrang, celana cargo, sandal kaca dan barang-barang yang trend pada masanya WI selalu tidak ketinggalan.

## c). Informan ketiga

Nama : IF

Umur : 22

Pekerjaan : Mahasiswi

IF adalah seorang remaja Kecamatan Sabbang, kabupaten Luwu Utara, berusia 22 tahun. Saat ini, ia berstatus sebagai mahasiswi di sebuah universitas. Selain fokus pada Pendidikan, IF memiliki kecintaan yang mendalam terhadap dunia *fashion*. Ima selalu mengikuti perkembangan tren mode terbaru dan berani bereksperimen dengan berbagai gaya, dari kasual hingga formal.

## d). Informan keempat

Nama : NA

Umur : 24

Pekerjaan : -

NA, remaja Kecamatan sabbang, Kabupaten Luwu Utara yang berusia 24 tahun, baru saja menyelesaikan studinya di salah satu kampus di Palopo. NA juga sangat suka dengan *fashion*, ia gemar berbelanja dan mengoleksi pakaian serta aksesoris *fashion* terbaru.

## e). Informan kelima

Nama : RE

Umur : 18

Pekerjaan : -

RE adalah seorang remaja berusia 18 tahun yang tinggal di Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara. RE dikenal sebagai individu yang sangat gemar dengan *gadget* dan teknologi, terutama *iphone*. RE menggunakan Iphone sebagai sarana untuk mengeksplorasi berbagai fitur canggih yang mendukung produktivitas dan hiburan

## f). Informan keenam

Nama : FN

Umur : 19

Pekerjaan : -

FN, seorang remaja berusia 19 tahun, dari Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara merupakan sosok yang sangat menggemari barang-barang bermerk. Kecintaannya terhadap produk bermerk ini didasari oleh gaya hidupnya yang hedon.

## g). Informan ketujuh

Nama : AB

Umur : 19

Pekerjaan : mahasiswa

AB, seorang remaja berusia 19 tahun dari Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara, dikenal sebagai remaja pecinta motor. Kecintaannya terhadap sepeda motor terlihat dari dedikasinya dalam merawat dan memodifikasi motornya. AB tidak hanya melihat motornya sebagai alat transportasi, tetapi juga sebagai kanvas untuk mengekspresikan kreativitas dan gaya pribadinya.

## h). Informan kedelapan

Nama : HL

Umur :21

Pekerjaan : mahasiswa

HL, seorang remaja berusia 21 tahun dari Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara, adalah sosok remaja yang sangat gemar mencari hiburan dan menikmati berbagai tempat rekreasi. Minatnya yang luas mencakup kafe, konser, dan tempat wisata lainnya, menjadikannya sosok yang selalu antusias dalam mengeksplorasi berbagai bentuk hiburan. Meskipun harga tiket ke tempat wisata seperti gunung tidak terlalu mahal, peralatan yang HI gunakan untuk mendaki seperti trekking pole, carrier, dan sepatu hiking harganya sangat mahal.

#### 4. Hasil Wawancara

##### a. Panggung Depan

###### 1). AI

“Saya beli teruska baju karena tidak mau kalau storyka fotoku d IG baru itu-itu terus kupakai, dan sering-seringka ma story karena berkurang biasa followersku kalau jarangka buat story. ada biasa DM-ka minta di-*spillkan* bajuku jadi kayak senangka kurasa makanya haruska rajin-rajin ma story karena semakin bertambah biasa *followesku* kalo ma storyka atau ma posting. Pas lulus SMA itu mulai mka bergaya dan kusuka pergi ke tempat wisata atau kafe supaya tambah bagus fotoku”.<sup>2</sup>

###### 2). WI

---

<sup>2</sup> AI, Remaja Kecamatan Sabbang, wawancara, 17 April 2024

”kalau masalah *fashion* tidak mauka ketinggalan jadi selaluka *update* tentang baju atau tas apalagi yang tren.selaluka berfikir tas apa lagi mau kubeli atau baju apalagi yang bagus, kan perempuanka jadi harus banyak tau tentang itu, dan paling penting itu kalau mauka unggah foto di Instagram, wajib sekali kurasa pakai baju yang keren dan lucu-lucu, seringka cari inspirasi di akun artis atau *selebgram* dan banggaka kurasa kalau ada barangku yang sama”<sup>3</sup>

3). IF

“hidupku harus sempurna di mata orang lain terutama masalah *fashion*-ku. *Fashion* itu duniaku dan di Instagram bisaka tunjukkan sisi *fashionable*-ku, setiap saat berusaha tampil sempurna karena di Instagram itu tempatnya memang, dan itu adalah sumber bahagiaku”<sup>4</sup>

4). NA

“dulu teman-temanku bilang saya tidak bisa bergaya tapi sekarang mereka selalu menanyakan dimana saya membeli barang-barang yang saya pakai dan mereka selalu meminta untuk di *spill*-kan tokonya”.<sup>5</sup>

5). RE

“saya suka pakai *iphone* karena kalau pakai iphone banyak like fotoku dan nah balas juga cewe-cewe dm-ku karena kalau pakai iphone jernih memang dan bagus hasilnya beda memang sama android apalagi kalau pakai itu 0,5 yang trend sekarang tambah keren,fotoku, itu juga *selfmirror*”.<sup>6</sup>

6). FN

“Bergaya itu harus tapi dengan cara berkelas, haruski juga keren dan tampil beda. Teman-temanku paling itu semuaji gayanya tentang motor tapi kalau saya mauka tampil beda terutama di Instagram, karena disitu tempatnya anak-anak jaga *image* jadi harus itu tampilkan yang keren-keren dan barang-barang juga harus yang wow”.<sup>7</sup>

7). AB

“kupamer itu motorku apalagi lampu depannya karena banyak sekali orang incar lampu begitu, dan ituji gunanya dibeli supaya bisa dipamer di *story* pakai video *cinematic*. Selama bagus alat-alat motorku pasti selalu ada DM-ka tanya harga dan itu berarti sekeren itu motorku karena banyak orang mau tau tentang harga dan lain-lain”.<sup>8</sup>

8). HL

---

<sup>3</sup> WI, Remaja Kecamatan Sabbang, *wawancara* 6 Mei 2024

<sup>4</sup> IF, Remaja Kecamatan sabbang, *wawancara* 17 Mei 2024

<sup>5</sup> NA, Remaja Kecamatan Sabbang, *wawancara* 29 Mei 2024

<sup>6</sup> RE, Remaja Kecamatan sabbang, *wawancara* 3 Juni 2024

<sup>7</sup> FN, Remaja Kecamatan Sabbang, *wawancara* 11 Juni 2024

<sup>8</sup> AB, Remaja Kecamatan Sabbang, *wawancara* 19 Juni 2024

“Sosial media yang paling kusuka itu Instagram, seringka habiskan waktuku berjam-jam untuk cari inspirasi tempat yang lagi tren supaya bisaka juga kunjungi untuk foto-foto disana”.<sup>9</sup>

## **b. Panggung Belakang**

### 1). AI

“untuk beli keinginanaku biasanya semua gajiku kupakai belanja kalaupun ndacukup gajiku adaji mamaku juga bisa ku tempati minta uang, nda tega juga mamaku kalau mintaka nah tidak nakasika uangnya, apalagi kalau marahka pasti takut karena pernahka mau pergi dari rumah gara-gara ini”.<sup>10</sup>

### 2). NA

“biarpun saya belum bekerja tapi saya tetap harus menjaga penampilanku, apalagi di Instagram. Mamaku juga atau kakakku tidak bisa menolak kalau saya sering minta uang untuk membeli pakaian atau aksesoris lainnya karena, saya sering sakit jika permintaan saya tidak dituruti”.<sup>11</sup>

### 3). FN

“kalau mintaka uang di orang tuaku untuk beli barang yang kumau dan tidak nakasika pasti marahka kurusak barang-barang dirumahku atau biasa tidak mauka makan, sebenarnya kasianka biasa tapi kalau tidak begituka tidak bisaka beli barang yang kumau dan maluka juga kalau satuji baju atau sepatuku yang bermerk jadi harus ada bisa kupakai gonta ganti”.<sup>12</sup>

### 4). WI

“ndamauka saya kalo jelek gayaku tidak ada orang mau temanika nanti, lagian enak sekaliji karena barangku juga biar tidak adapi uangku bisaka juga dapat i pake Spaylater. Nekatka juga awalnya pinjam di SpayLater tapi ternyata nyamanka walaupun biasaji kepikiran sekalika sama itu tagihan-tagihan”.<sup>13</sup>

---

<sup>9</sup> HL, Remaja Kecamatan Sabbang, *wawancara* 25 Juni 2024

<sup>10</sup> AI, Remaja Kecamatan Sabbang, *wawancara* 14 April 2024

<sup>11</sup> NA, Remaja Kecamatan Sabbang, *wawancara* 29 Mei 2024

<sup>12</sup> FN, Remaja Kecamatan sabbang, *wawancara* 11 Juni 2024

<sup>13</sup> WI, Remaja Kecamatan sabbang, *wawancara* 6 Mei 2024

## 5). IF

“tidak mauka saya ketinggalan barang terbaru walaupun haruska pinjam barangnya temanku. Setiap mauka pergi nonkrong atau jalan-jalan langsung kucchat atau kudatangi temanku untuk pinjamka barangnya karena kalau pergiki begitu pasti ada moment foto-foto untuk diposting atau sekedar *instastory*, jadi haruska jaga terus penampilanku”.

“biasaji merasa bersalahka karena selaluka pinjam terus barang-barangnya temanku, biasaka juga merasa tidak enak karena pasti orang yang kupinjam barangnya merasa terbebani juga sama kebiasaanku tapi haruska bagaimana, kalau tidak begituka tidak bisaka penuhi keinginanku untuk berpenampilan yang bagus karena kalau pakai uang sendiri tidak mungkin karena bukanka orang berada”.<sup>14</sup>

## 6). RE

“kusuka pakai *iphone* karena kameranya bagus dan membuat foto saya jadi lebih keren juga, apalagi 0,5 keren sekali itu dan teman-temanku juga di Instagram sering pakai itu. haruska juga ikuti supaya tidak ketinggalan makanya saya sudah tidak mau pakai hp saya sendiri karena tidak ada fitur 0,5 beda dengan *iphone*-nya temanku Kusuka juga *mirror selfie* supaya lebih keliatan juga logo *iphone*-nya, dan sejak pakai *iphone followers*-ku sering *like instastory*-ku, dan pasti *followers*-ku juga nah anggapka orang berada”.<sup>15</sup>

## 7). AB

”Seringka minta uang di kakakku untuk uang tugas, beli buku dan biaya hidupku padahal kupakai untuk beli alat motor karena kalau tidak begituka, dimanaka mau ambil uang. Biasa juga mintaka di orang tuaku tapi sekali-kali karena kuliahku memang kakakku yang biayai”.<sup>16</sup>

## 8). HL

“bagi saya penting sekali itu tampil keren di Instagram walaupun haruska berbohong ke mamaku, minta uang untuk keperluan kuliah. Sebenarnya seringka merasa bersalah tapi tidak bisaka juga tinggalkan kehidupanku di media sosial, karna terlanjur nyamanka begitu”.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> IF, Remaja kecamatan Sabbang, *wawancara* 17 Mei 2024

<sup>15</sup> RE, Remaja Kecamatan sabbang, *wawancara* 3 Juni 2024

<sup>16</sup> AB, Remaja Kecamatan Sabbang, *wawancara* 19 Juni 2024

<sup>17</sup> HL, Remaja Kecamatan Sabbang, *wawancara* 25 Juni 2024

### c. Alasan

#### 1). AI

“Itumi bergaya sekalika sekarang karena kurasa dulu sebelumnya bergaya jarang DM ka d IG, tapi sekarang setiap buatka storyka pasti ada *like* i ada balas i makanya semakin semangatka untuk bergaya kalo begitu”.<sup>18</sup>

#### 2). WI

“Banyak perbedaan kurasa setelah ku ubah gayaku, selain sering naposting pacarku fotoku, teman-temanku juga selalumi nah ajakka keluar”.<sup>19</sup>

#### 3). IF

“tidak mauka nabilangi orang jelek gayaku apalagi di Instagram, biarmi bergayaka hasil pinjaman selagi tidak natauji orang, aman”.<sup>20</sup>

#### 4). NA

“sekarang saya sudah tidak mau seperti dulu dan akan saya buktikan kalau saya bisa lebih baik diantara teman-temanku, terutama yang pernah bilangka tidak tau bergaya”.<sup>21</sup>

#### 5). RE

“No *Iphone* no gaul. Bagaimana bisa keren, kalo hp saja tidak keren, bukan *iphone*”.<sup>22</sup>

#### 6). FN

“Saya selalu berusaha pakai barang bermerk apalagi untuk bahan *instastory*, karena maluka kurasa kalau barang yang kupakai itu murah dan tidak bermerk, apalagi kalau natau orang aduh, jangan!”.<sup>23</sup>

#### 7). AB

“Mauka *upgrade* terus alat-alat motorku supaya tidak ada samanya, biar yang iri tambah iri”.<sup>24</sup>

---

<sup>18</sup> AI, Remaja Kecamatan Sabbang, *wawancara*, 17 April 2024

<sup>19</sup> WI, Remaja Kecamatan Sabbang, *wawancara* 6 Mei 2024

<sup>20</sup> IF, Remaja Kecamatan sabbang, *wawancara* 17 Mei 2024

<sup>21</sup> NA, Remaja Kecamatan Sabbang, *wawancara* 29 Mei 2024

<sup>22</sup> RE, Remaja Kecamatan sabbang, *wawancara* 3 Juni 2024

<sup>23</sup> FN, Remaja Kecamatan Sabbang, *wawancara* 11 Juni 2024

8). HL

“Selalu ikuti *tren* supaya tambah banyak ikutika di Instagram karena semakin banyak pengikutku semakin senangka. Semoga bisaka seperti selebgram-selebgram supaya ada *endors-ka*”.<sup>25</sup>

## B. Analisis Data

### 1). Bentuk Hedonisme Remaja

Dalam Penelitian Ini, ada beberapa jenis bentuk hedonisme remaja di Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara yaitu sebagai berikut :

#### a). *Fashion*

*Fashion* adalah gaya berpakaian yang digunakan sehari-hari atau pada acara tertentu oleh seseorang dengan tujuan untuk menunjang penampilan. Defenisi *fashion* lainnya yaitu gaya yang berbusana yang populer dalam suatu budaya yang menentukan penampilan dari seseorang. Saat ini *fashion* memiliki kaitan yang sangat erat dengan gaya hidup seseorang, dimana penilaian terhadap individu bisa didasarkan pada cara berpakaianya. Seiring waktu, *fashion* juga mencerminkan dan menetapkan status sosial individu tersebut. *Fashion* tidak hanya terbatas pada pakaian, tetapi juga meliputi gaya rambut, aksesoris, dan lain-lain yang mendukung penampilan seseorang.<sup>26</sup>

---

<sup>24</sup> AB, Remaja Kecamatan Sabbang, *wawancara* 19 Juni 2024

<sup>25</sup> HL, Remaja Kecamatan Sabbang, *wawancara* 25 Juni 2024

<sup>26</sup> Universitas Ciputra, “Fashion : Pengertian, Fungsi, Macam, dan Manfaat - Desain dan Bisnis Produk Fashion.” *Desain & Bisnis Produk Fashion*, 8 November 2022, <https://bit.ly/3KRprRl>. Diakses pada 17 Juni 2024

Dari hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap subjek, salah satu bentuk gaya hidup hedonisme yaitu dalam bentuk *fashion*. Remaja menganggap pakaian dan *aksesoris* sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas dan gaya hidup. Pengaruh selebriti dan tren global membuat remaja terus-menerus mencari barang-barang *fashion* terbaru, didorong oleh keinginan untuk mendapat pengakuan orang lain. Remaja kerap kali memilih pakaian dan *aksesoris* yang mahal, sekalipun harga barang yang ingin dibeli melampaui kesanggupannya, remaja akan tetap berusaha membelinya demi memenuhi kebahagiaan dan kepuasan.

#### b). Hiburan

Selain gaya hidup hedonisme dalam bentuk *fashion*, remaja juga hedonisme dalam hal hiburan. Remaja kerap kali menghabiskan waktu dan uang di kafe, bioskop dan konser musik untuk mencari kesenangan. Remaja tampak lebih tertarik pada pengalaman dan hiburan yang dianggap tren dan populer, seringkali mengikuti aktivitas yang dipromosikan oleh media sosial dan *influencer*, remaja merasa perlu untuk terus-menerus mengikuti acara dan tempat terbaru untuk tetap relevan dan diterima di lingkungan sosial mereka. Tempat-tempat seperti kafe menjadi favorit karena menawarkan kesempatan untuk berfoto dan berbagi di media sosial.

#### c). *Gadget* dan *Teknologi*

Adapun hasil observasi terhadap hedonisme remaja terhadap *gadget* dan teknologi menunjukkan bahwa remaja sangat terobsesi dengan perangkat terbaru

seperti *smartphone* dan jam tangan. Remaja cenderung mengganti *gadget* mereka demi mengikuti tren teknologi terkini dan mendapatkan pengakuan terhadap orang lain. Hal ini mencerminkan bagaimana dorongan untuk selalu *uptodate* dan memiliki barang-barang teknologi canggih menjadi simbol status dan identitas di kalangan remaja

Remaja sering kali merasa harus meningkatkan citra diri di mata teman sebaya dan di media sosial. Kecenderungan ini juga terlihat dari antusiasme remaja terhadap perilsan produk-produk teknologi baru dan partisipasi aktif dalam setiap pembahasan mengenai hal tersebut. Perilaku ini mencerminkan bagaimana teknologi menjadi bagian cukup penting dari identitas sosial remaja dan bagaimana remaja mengejar kepuasan melalui kepemilikan perangkat terbaru.

Adapun bentuk gaya hedonisme remaja kecamatan Sabbang, kabupaten Luwu Utara yang dikaji dalam perspektif teori dramaturgi Erving Goffman yang mempunyai dua esensi dasar yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*).

#### 1). Panggung depan (*front stage*)

Panggung depan (*front stage*) merupakan kehidupan sosial dimana individu sedang memainkan perannya, dalam hal ini individu merupakan aktor yang berinteraksi sesuai dengan peran yang dipilih.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup>Ni Made Dwi Agustina, et All., Panggung Depan dan Panggung Belakang *TikToker* Remaja Denpasar sebagai Wujud Identitas di Media Sosial, *Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana*, (2020), <https://bit.ly/45HfO11>.

a). Subjek AI

AI merupakan salah satu remaja kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara yang berasal dari keluarga kelas menengah ke bawah. Meski penghasilan yang didapatnya hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar, AI kerap kali memperlihatkan gaya hidup hedonismenya di media sosial, terutama di platform Instagram. Dalam situasi panggung depan, AI selalu menampilkan diri dengan pakaian trendi seperti sepatu Converse seharga satu juta dua ratus, cardigan yang sedang trend seharga tiga ratus ribu, rok cargo seharga dua ratus empat puluh ribu, nongkrong di kafe, dan mengunjungi tempat-tempat wisata. Foto-fotonya sering dihiasi dengan latar belakang yang indah dengan menggunakan pakaian yang sedang trend, semuanya dipilih untuk menciptakan kesan mewah. Meski realitanya tidak sesuai dengan apa yang AI tampilkan di media sosial, AI harus menahan untuk membeli kebutuhannya demi keinginannya untuk mendapatkan pengakuan dan pujian dari *followers*-nya. AI sangat terobsesi dengan dunia *fashion* dan hiburan, setiap akhir pekan AI, juga selalu pergi ke tempat-tempat wisata maupun kafe dengan mengenakan pakaian yang trendi tanpa memikirkan biayanya.

Dari hasil wawancara, AI mengatakan bahwa ia harus selalu membeli baju karena, AI tidak mau membuat *instastory* di Instagram dengan memakai baju yang sebelumnya sudah pernah AI pakai, dan AI juga mengaku bahwa dia harus rajin membuat *instastory* karena AI merasa pengikutnya berkurang jika dia tidak rajin melakukan hal tersebut. AI senang membuat *instastory* karena selain

pengikutnya bertambah, AI juga senang mendapat DM dari pengikutnya yang bertanya tentang *fashion-nya*.



Gambar 4.1 *Instastory AI*



Gambar 4.2 *Instastory AI*

AI mulai melakukan hedonisme sejak lulus SMA. AI suka mengunjungi tempat-tempat wisata atau kafe agar fotonya menjadi lebih bagus dengan dukungan *background*.

#### b). Subjek WI

WI merupakan mahasiswi dari salah satu perguruan tinggi di Palopo, dan salah satu remaja Kecamatan Sabbang Kabupaten Luwu Utara yang menerapkan gaya hedonisme namun berasal dari kelas ekonomi menengah kebawah dengan pekerjaan orang tua sebagai petani yang penghasilannya tidak menentu setiap bulannya. WI memiliki selera *fashion* yang bagus dan akan melakukan apapun untuk mencapai kepuasannya. WI sering bergonta-ganti baju, sandal maupun

aksesoris lainnya, itu semua dilakukan agar penampilannya tidak membosankan dengan memakai barang yang itu-itu saja.

WI tidak mau ketinggalan hal-hal yang berkaitan dengan *fashion* maksudnya WI tidak mau ketinggalan hal-hal trend yang berkaitan dengan *fashion* seperti baju rajut, rok atau celana cargo, sandal atau *flatshoes* kaca, jaket jeans, rok bludru, baju overall, baju salur itu semua adalah barang trend, dan WI berusaha memiliki barang-barang tersebut sekalipun harus dengan cara meminjam di aplikasi online. WI sering memikirkan barang yang ingin dibelinya, meskipun ia tidak tahu barang apa yang dia inginkan. WI juga merasa wajib memakai baju yang keren dan lucu jika ingin mengunggah foto ke Instagram.

WI pun mengaku mencari Inspirasi *fashion* di akun *selebgram* dan merasa bangga jika memakai barang yang sama dengan *selebgram*, maksudnya ia merasa puas ketika mengenakan barang yang juga dipakai oleh *selebgram*. Hal ini menunjukkan bahwa ia mengaitkan identitas dan status sosialnya dengan pilihan *fashion* atau barang yang populer seperti rok cargo dan baju rajut dikalangan publik figure, merasa terhubung dengan gaya hidup yang di idolakannya.



Gambar 4.3 *instastory* WIGambar 4.4 *Instastory* WI

## c). Subjek IF

IF juga salah satu remaja di Kecamatan Sabbang, kabupaten Luwu Utara yang memiliki gaya hidup hedonisme yang tampil *stylish* di Instagram. IF selalu mengikuti trend terkini dan tak segan-segan melakukan apapun untuk untuk mendapatkan barang-barang yang diinginkannya untuk dipamer di Instagramnya. Bagi IF penampilan adalah segalanya, dan setiap penampilannya harus sempurna. IF memiliki kemampuan untuk memadukan berbagai item *fashion* dengan cermat dan menciptakan tampilan yang menarik seperti memadukan baju kaos oversize dengan jilbab pashmina kaos ditambah dengan celana jeans lalu ditambahkan dengan kalung dan barang-barang tersebut memang trend juga dikalangan remaja.

Di media sosial Instagram-nya IF mengaku harus tetap menjaga citranya karena menurutnya setiap foto yang dimasukkan ke Instagram adalah kesempatan untuk memamerkan penampilan terbaiknya. IF sering membuat *instastory* dengan memakai pakaian yang sedang tren untuk menciptakan citra hidup hedonisme di dunia *fashion* demi mendapatkan pengakuan atau *like* dari

pengikutnya karena IF merasa bahwa kebahagiaannya tergantung pada *like* atau komentar yang dia dapatkan di media sosial-nya terutama *Instagram*.

IF mengatakan bahwa hidupnya harus sempurna di mata orang lain terutama masalah *fashion* karena, *fashion* adalah dunianya dan di *Instagram* IF bisa menunjukkan sisi *fashionable*-nya dan IF juga selalu berusaha tampil sempurna di *Instagram* karena menurutnya itu adalah sumber bahagiannya.



Gambar 4.5 penampilan IF

d). Subjek NA

Gaya hidup hedonisme juga dilakukan oleh salah satu remaja kecamatan Sabbang, kabupaten Luwu Utara yaitu NA. NA sangat menjaga popularitasnya di media sosial terutama *Instagram* sehingga NA harus menjaga penampilannya setiap membuat *instastory*. Untuk menjaga penampilan dan popularitasnya, NA harus mengeluarkan uang untuk memenuhi kebutuhannya seperti pada saat ia ke

gunung Bromo ia mengeluarkan uang delapan juta lima ratus untuk membeli perlengkapannya serta biaya perjalanan, akomodasi dan makan. NA juga memiliki sifat yang tidak mau kalah saing dan selalu ingin tampil terbaik saat memposting foto atau *instastory*. NA berusaha menjadi yang terunggul diantara teman-temannya, itulah sebabnya ia memaksakan diri untuk pergi ke Bromo, karena ia ingin menjadi yang pertama di antara teman-temannya yang belum pernah kesana.

NA mengungkapkan bahwa dulu teman-temannya mengatakan jika NA tidak bisa bergaya, namun sekarang teman-temannya itu selalu menanyakan dimana NA membeli barang-barang yang dia pakai dan mereka juga selalu minta ditunjukkan toko dari barang tersebut.



Gambar 4.6 penampilan NA

e). Subjek RE

Hedonisme juga dilakukan oleh RE, remaja kecamatan Sabbang, Kab Luwu Utara di media sosial Instagram dengan jenis hedonisme *gadget* dan teknologi. RE sangat gemar menggunakan fitur 0,5 yang hanya dimiliki *Iphone* 11 ke atas, menurutnya 0,5 sangat keren dikalangan teman sebayanya.

Selain 0,5 RE juga gemar berfoto di depan cermin atau *selfmirror* karena menurutnya gaya tersebut bisa menunjukkan *handphone* yang ia gunakan untuk berfoto dan juga gaya itu sedang tren dikalangan teman-temannya apalagi teman *online*-nya di media sosial Instagram dan RE mengaku ada rasa bangga tersendiri jika ia bisa melakukan hal tersebut karena jarang yang bisa melakukannya kecuali orang yang memang berasal dari kelas ekonomi menengah keatas.

RE suka memakai *iphone* karena menurutnya, dengan *iphone* RE bisa mendapatkan banyak like dari *followers*-nya serta balasan pesan dari wanita yang RE DM di Instagram. Selain itu menurutnya *iphone* membuat fotonya lebih bagus dan lebih jernih berbeda dengan saat menggunakan android. Apalagi dengan fitur 0,5 membuatnya semakin keren, begitupun dengan *selfmirror*.



Gambar 4.7 penampilan RE

## f). Subjek FN

Remaja kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara yang juga melakukan hedonisme jenis *gadget* dan *teknologi* yaitu FN. FN melakukan hedonisme di media sosial Instagram dengan cara memperlihatkan barang-barang bermerk seperti sepatu, baju dan jam tangan. Berdasarkan pengamatan peneliti, FN sering membuat *Instastory* ketika FN lari dan difoto tersebut memperlihatkan baju dan sepatu yang FN pakai.

Selain itu peneliti sering melihat FN membuat *instastory* yang memperlihatkan jarak larinya dari tangkapan layar *handphone*-nya yang dimana dari pengakuan FN hal tersebut didapatkan dari deteksi jam mahal merk Garmin Foruner 55 seharga tiga juta dua ratus ribu yang FN gunakan kemudian disambungkan ke *handphone* dan hal itu hanya dimengerti oleh orang-orang yang paham akan barang-barang mahal. FN melakukan hal tersebut agar dirinya dipandang *followers*-nya dengan golongan ekonomi menengah ke atas. Pada saat lari, teman-teman FN hanya menggunakan kaos biasa namun FN ingin berbeda dengan cara memakai barang mahal seperti sepatu Nike vaporfly next% seharga tiga juta dan baju jersey gana nusantara seharga dua ratus ribu.

Menurut FN, bergaya itu harus tetapi dengan yang berkelas dan FN juga mengatakan bahwa keren dan tampil beda itu juga harus. Menurutnya, teman-temannya bergaya dengan hal yang sama yaitu seputar motor sedangkan FN ingin melakukan hal yang beda terutama di Instagram, karena menurutnya

Instagram itu tempat untuk jaga *image* jadi harus menampilkan hal yang keren dengan barang yang mahal.



Gambar 4.8 penampilan FN



Gambar 4.9 *instastory* FN

g). Subjek AB

AB adalah remaja kecamatan Sabbang, kabupaten Luwu Utara yang kuliah di salah satu kampus kota Palopo. AB juga melakukan hedonisme dengan jenis *gadget* dan *teknologi* yaitu motor. AB seringkali memperlihatkan koleksi alat-alat motornya ke media sosial Instagram-nya seperti helm dan alat-alat motor lainnya yang bernilai fantastis.

Melalui unggahan maupun *instastory*-nya AB menunjukkan gaya hidup yang penuh dengan kemewahan, menarik perhatian banyak pengikutnya yang mengagumi barang-barang tersebut, tak jarang AB menghabiskan uangnya untuk

membeli alat-alat motor yang mahal seperti alat dalam mesin satu juta, knalpot satu juta dua ratus, lampu motor satu juta tiga ratus, ban satu juta seratus, dan perintilan motor depan tiga ratus,

Walaupun alat yang lama belum rusak tetapi bagi AB alat motor yang baru wajib dibeli demi mendapatkan kepuasannya melalui DM maupun *like* dari pengguna motor lainnya. AB selalu berusaha membuat motornya lebih keren dan sering membuat *instastory* dengan video *cinematic* motornya. Hal yang paling sering AB tonjolkan adalah lampu depan motornya karena lampu tersebut harganya mencapai jutaan dan sangat diimpikan oleh pecinta motor sepertinya.

Dari hasil wawancara, AB mengatakan bahwa ia memamerkan motornya terutama lampu depannya karena, banyak orang yang menginginkan lampu tersebut dan AB juga mengungkap bahwa dirinya membeli lampu itu agar bisa dipamerkan di Instagram dengan video *cinematic*. Menurutnya, setelah alat-alat motornya bagus banyak yang DM untuk menanyakan tentang harga dan lainnya.



Gambar 4.10 *instastory* AB



Gambar 4.11 *instastory* AB

g). Subjek HL

HL remaja Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara namun kuliah di Makassar, jenis hedonisme HL yaitu Hiburan. HL selalu memamerkan gaya hidupnya di media sosial Instagram dengan mengunggah atau sekedar *instastory* pada saat mengunjungi kafe, menghadiri konser, berlibur ke tempat wisata yang populer demi mendapatkan pengakuan dan pujian dari teman-teman *online*-nya.

HL merasa bahwa kehidupan yang ia tampilkan di Instagram lebih penting daripada kenyataan sehari-hari, HL juga merasa perlu untuk selalu mengikuti tren terbaru dan membandingkan diri dengan orang lain. HL selalu berusaha untuk mendapatkan foto terbaik agar bisa diunggah atau sekedar *instastory*. HL sangat menyukai Instagram diantara sosial media lainnya, HL mengaku sering menghabiskan waktunya berjam-jam untuk mencari inspirasi tempat yang sedang tren agar HL bisa mengunjungi tempat tersebut dan berfoto-foto.

Hal yang paling HL gemari adalah nonton konser dan naik mendaki gunung. Meskipun tiket masuk ke kawasan gunung itu tidak mahal, HL menghabiskan banyak uang untuk perjalanan, makan, dan perlengkapan yang diperlukan. Perlengkapannya yaitu sepatu caterpillar dua juta tujuh ratus, tas kecil hydropack eiger tujuh ratus, topi eiger seratus lima puluh, jaket busa vest dua ratus lima puluh dan tracking pole seratus delapan puluh.



Gambar 4.12 *instastory* HL



Gambar 4.13 *instastory* HL

## 2). Panggung belakang (*back stage*)

Panggung belakang (*back stage*) adalah panggung yang digunakan oleh para subjek pada penelitian ini untuk menyembunyikan fakta-fakta yang ada di panggung depan. Pada panggung belakang inilah, subjek dapat bertindak secara bebas sesuai dengan kehidupan yang sesungguhnya tanpa terlihat oleh teman-teman *online*-nya di Instagram.

### a) Subjek AI

Pada panggung depan, subjek dalam penelitian ini akan menampilkan berbagai peran mereka sebagai hedonisme yang hanya menampilkan kehidupan yang mewah saja padahal pada panggung belakang mereka melakukan berbagai cara agar bisa melakukan hedonisme tersebut. Seperti yang dilakukan AI yaitu mengandalkan orang tua demi bisa menampilkan hedonisme di media sosial.

.AI mengatakan bahwa untuk membeli hal yang di inginkannya, ia biasanya menghabiskan semua gajinya untuk belanja, dan jika gajinya tidak

mencukupi ia akan meminta uang ke orang tuanya karena orang tuanya tidak tega menolak permintaannya tersebut dan AI juga mengaku bahwa orang tuanya takut jika menolak permintaannya karena hal itu pernah membuatnya ingin pergi dari rumah

Tampil *stylish* dan mengikuti trend adalah prioritas utamanya. AI tidak segan-segan mengorbankan hal penting lainnya seperti tabungan, maupun orang tuanya. Meskipun gaya berpakaianya selalu mendapatkan pujian, AI tidak terlalu memikirkan dampak jangka panjang dari kebiasannya ini, baik terhadap kondisi keuangannya maupun aspek penting lainnya dalam hidupnya untuk memenuhi kepuasannya sendiri.

#### b) Subjek NA

Selain AI, NA juga salah satu remaja di Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara yang melakukan hedonisme dengan mengandalkan orang tuanya. Walaupun NA tidak memiliki uang karena saat ini dia sedang menganggur, NA kerap meminta uang kepada orang tuanya atau kakaknya dan NA selalu beralasan sakit jika permintaannya tidak dipenuhi.

Menurut NA, walaupun ia belum bekerja, ia harus tetap menjaga penampilannya terutama di Instagram. Orang tua dan kakaknya tidak bisa menolak jika NA sering meminta uang untuk membeli pakaian atau aksesoris lainnya karena, NA sering sakit jika permintaannya tidak di turuti.

#### c). Subjek FN

Hal serupa juga dilakukan oleh FN, yaitu mengandalkan orang tuanya agar bisa membeli hal yang dia inginkan untuk ditampilkan di sosial media terutama Instagram. FN terobsesi dengan gaya hidup hedonisme dan memaksakan diri untuk selalu menggunakan barang-barang bermerk, demi menjaga citra hedonismenya di Instagram, FN seringkali memaksa orang tuanya untuk memberikan uang lebih agar bisa membeli membeli barang yang diinginkannya. Setiap kali orang tuanya menolak, FN akan mengancam atau merajuk.

FN mengatakan, jika ia meminta uang ke orang tuanya untuk membeli barang yang ia inginkan namun ditolak, pasti FN akan marah dan merusak barang-barang yang ada di rumahnya atau FN akan mogok makan. Sebenarnya FN juga mengaku kasian kepada orang tuanya tapi, dia tidak bisa memenuhi keinginannya jika tidak melakukan hal tersebut karena, ia juga mengaku malu jika hanya memiliki satu barang bermerk jadi, harus ada yang bisa ia pakai untuk gonta ganti.

#### d). Subjek WI

Selain mengandalkan orang tua para pelaku hedonisme ini juga biasa memenuhi hedonismenya di panggung depan dengan cara melakukan pinjaman di panggung belakang. Contohnya WI, untuk memenuhi keinginannya, WI sering menggunakan layanan pinjaman SpayLater, dengan memanfaatkan fasilitas ini WI bisa membeli barang-barang *fashion* terbaru tanpa harus membayar langsung. Namun, gaya hidup hedonismenya membuatnya seringkali mengabaikan

kewajibannya membayar cicilan tepat waktu. Hutangnya terus menumpuk tetapi itu tidak membuat WI berhenti dari kebiasaannya meminjam barang demi kebutuhan *fashion*-nya.

WI tidak mau jika gayanya jelek karena takut tidak ada yang mau berteman dengannya dan menurutnya barang-barang yang dipakai untuk kebutuhan hedonismenya juga gampang untuk dimiliki, walaupun pada saat ingin membeli barang tersebut WI tidak memiliki uang, ia bisa mendapatkannya dengan cara menggunakan Spaylater.

WI melakukan hedonisme dan menyembunyikan fakta kehidupan sebenarnya dan tetap memesan baju maupun aksesoris lainnya meski hutang yang sebelumnya belum lunas. WI juga mengakui bahwa perilaku hedonismenya berawal dari tekanan lingkungan sosialnya terutama pacar dan temannya.

Menurut WI, awalnya ia nekat meminjam di Spaylater dan akhirnya ia nyaman dengan hal tersebut walaupun terkadang ia sangat kepikiran dengan tagihan-tagihannya.

e). Subjek IF

Meminjam demi menutupi gaya hidup hedonisme-nya juga dilakukan oleh IF, dibalik penampilannya yang bagus Ima harus meminjam barang dari teman dekatnya atau keluarganya. Demi tampil *stylish* di Instagramnya, IF tidak segan meminjam pakaian maupun aksesoris lainnya. meskipun barang yang dipakainya bukan miliknya sendiri. IF memiliki jaringan pertemanan yang luas dan mampu menyakinkan orang-orang di sekitarnya untuk meminjamkan

barang-barang mereka. Meskipun, terkadang hal ini bisa menimbulkan konflik atau rasa tidak enak, IF menganggapnya sebagai cara yang baik untuk tetap tampil modis.

Menurut IF, ia tidak mau ketinggalan barang terbaru walalupun ia harus meminjam barang milik temannya. Setiap IF mau pergi nongkrong atau jalan-jalan, ia terlebih dahulu mengirimkan pesan atau langsung mendatangi temannya untuk meminjam barang karena menurutnya, jika ia pergi pasti aka nada sesi berfoto untuk di-*posting* atau sekedar *instastory* jadi, IF harus menjaga penampilannya.

IF juga mengaku bahwa terkadang ia merasa bersalah dan tidak enak terhadap temannya karena selalu meminjam barangnya, menurut IF orang-orang yang sering ia pinjam barangnya pasti merasa terbebani dengan kebiasaannya tapi, jika ia tidak meminjam, ia tidak akan bisa berpenampilan yang bagus karena menurutnya ia tidak mungkin menggunakan uang sendiri untuk bergaya karena ia bukan berasal dari golongan kelas ekonomi menengah keatas.

#### f). Subjek RE

Hal serupa juga dilakukan oleh RE, yaitu meminjam demi kebutuhan hedonisme-nya. Gaya hidup RE di media sosial terutama Instagram sangat berbeda dengan realitanya, di Instagram RE gemar memamerkan *handphone* yang bukan miliknya. dan tidak ingin menunjukkan *handphone* yang sebenarnya karena di anggap tidak gaul. *Handphone* miliknya yaitu android biasa sedangkan *handphone* yang sering RE pamerkan ke media sosial Instagramnya atau

*handphone* yang sering RE pinjam yaitu Iphone dengan tipe tetatas yang memiliki fitur 0,5.

RE menyukai *iphone* karena kameranya bagus, apalagi fitur 0,5 RE menganggap itu sangat keren dan teman-temannya di Instagram sering menggunakan fitur tersebut. RE juga mengatakan bahwa dirinya harus mengikuti hal tersebut agar tidak ketinggalan trend dan hal itu jugalah yang membuat RE tidak mau menggunakan hp-nya sendiri karena hp-nya bukan *iphone*. Selain itu, RE juga sering foto dengan istilah *mirror selfie* untuk menunjukkan lebih jelas logo *Iphone* dari hp tersebut dan sejak menggunakan *iphone* di Instagram, pengikut RE sering menyukai *instastory*-nya. RE pun mengatakan bahwa hal tersebut membuat dirinya dianggap orang yang berasal dari kelas ekonomi menengah ke atas.

g). Subjek AB

Setiap orang memiliki caranya sendiri untuk mencapai keinginannya, salah satunya adalah dengan berbohong. Seperti yang dilakukan AB, dibalik motornya yang dilengkapi dengan peralatan mahal, AB sering berbohong kepada kakak-kakaknya dengan meminta uang untuk kebutuhan kuliahnya padahal, uang tersebut sebenarnya digunakan untuk membeli peralatan motor yang diinginkannya.

Dari hasil wawancara, AB mengungkap bahwa selama ini, AB sering meminta uang kepada kakaknya dengan alasan keperluan kuliah dan biaya hidup padahal uang tersebut AB gunakan untuk membeli alat motor yang di

inginkannya. AB juga mengatakan bahwa jika ia tidak melakukan hal tersebut AB tidak tau akan mendapatkan uang darimana. Selain itu, AB juga mengatakan bahwa ia juga biasa meminta uang di orang tuanya tetapi hal itu ia lakukan hanya sekali-kali saja karena biaya kuliahnya memang ditanggung oleh kakaknya.

#### h). Subjek HL

Selain HL, remaja lain yang berperilaku hedonisme dengan cara berbohong adalah HL. Selama kuliah di Makassar, HL menampilkan gaya hidup hedonisme di Instagram, namun untuk memenuhi keinginannya, ia harus berbohong ke ibunya yang berada di kampung.

Menurut HL, tampil keren di Instagram itu sangat penting, walaupun HL harus berbohong ke ibunya dengan cara meminta uang untuk keperluan kuliah. HL juga mengaku sering merasa bersalah namun HL tidak bisa meninggalkan kehidupannya di media sosial karena sudah merasa nyaman dengan hal tersebut.

<b>Nama</b>	<b>Cara Memenuhi Hedonisme</b>
AI	Mengandalkan orang tua
WI	Meminjam
IF	Meminjam
NA	Mengandalkan orang tua
RE	Meminjam
FN	Mengandalkan orang tua
AB	Berbohong
HL	Berbohong

Tabel 4.2 Cara remaja memenuhi hedonisme

## 2). Alasan

### a). Subjek AI

Alasan AI melakukan hedonisme yaitu, dikarenakan AI merasa, sebelum ia bergaya ia jarang mendapatkan DM dari pengikutnya berbeda dengan sekarang atau setelah ia bergaya, AI selalu mendapatkan suka atau DM. Makanya AiI semakin semangat bergaya atau melakukan hedonisme.

b). Subjek WI

Alasan WI melakukan hedonism yaitu, ia merasakan banyak perbedaan setelah mengubah gayanya atau sesudah melakukan hedonisme, selain fotonya sering di posting oleh pacarnya, teman-temannya juga selalu mengajaknya keluar nongkrong.

c). Subjek IF

Alasan IF melakukan hedonisme atau bergaya dengan barang yang bukan miliknya dikarenakan, IF tidak mau dikatakan kalau gayanya tidak bagus, apalagi di Instagram. IF tidak masalah dengan barang pinjaman asalkan, hal itu jangan sampai diketahui oleh orang lain.

d). Subjek NA

Alasan NA melakukan hedonisme sebab ia tidak mau dipandang remeh seperti dulu dan NA berusaha membuktikan bahwa NA lebih baik dari teman-temannya, terutama teman-teman yang pernah mengatakan bahwa NA tidak tau bergaya.

e). Subjek RE

Untuk meningkatkan popularitas, RE selalu menggunakan *Iphone* karena menurutnya *iphone* itu keren, dan ia merasa tidak gaul jika tidak menggunakan *iphone*, sekalipun *iphone* tersebut bukan miliknya.

f). Subjek FN

Alasan FN melakukan hedonisme dengan barang-barang yang mewah atau bermerk karena, FN merasa malu jika barang yang ia pakai itu tidak mahal dan tidak bermerk dan FN juga sangat takut jika hal tersebut diketahui oleh orang lain.

g). Subjek AB

AB mengatakan bahwa ia ingin terus meng-*upgrade* alat-alat motornya agar tidak ada yang bisa menyaingi dan membuat yang lain semakin iri.

h). Subjek HL

Alasan HL selalu mengikuti tren yaitu, agar pengikutnya semakin bertambah karena hal itu membuatnya senang. HL pun, berharap agar ia bisa seperti selebgram dengan pengikut yang banyak dan bisa mendapatkan *endors*.

<b>Nama</b>	<b>Alasan Melakukan Hedonisme</b>
AI	Meningkatkan Popularitas
WI	Memperbaiki penampilan
IF	Untuk mendapatkan pengakuan
NA	Ambisi untuk menjadi yang terbaik
RE	Meningkatkan poplaritas
FN	Untuk mendapatkan pengakuan
AB	Untuk mendapatkan pengakuan dan menjadi yang terbaik
HL	Untuk mendapatkan pengakuan

Tabel 4.3 alasan remaja melakukan hedonisme

### **Hedonisme menurut pandangan Islam**

Perilaku hedonisme dalam agama Islam merupakan suatu hal yang dilarang. Dalam pandangan islam, hedonisme yang mengutamakan pencarian kenikmatan dan kebahagiaan fisik sebagai tujuan utama hidup tidak sesuai dengan ajaran agama. Islam mengajarkan keseimbangan antara kebutuhan fisik, mental, dan spiritual serta menekankan pentingnya kehidupan yang seimbang antara dunia dan akhirat.

Islam melarang umatnya dari hal bermegah-megahan. Al-Quran telah memperingatkan umat manusia agar senantiasa waspada terhadap penyakit ini dengan sangat keras dan dengan ancaman siksaan yang amat pedih baik ketika berada di alam barzakh maupun di alam akhirat kelak. Hal ini terlihat jelas bahwa maksud dari firman Allah, “*alhaakumuttakatsur*” adalah wa'id atau ancaman terhadap orang-orang yang selama hidupnya hanya sibuk mengurus urusan duniawi sampai mereka masuk ke liang lahat sedang mereka tidak sempat bertaubat.<sup>28</sup>

Islam senantiasa memberikan bimbingan dan arahan kepada setiap manusia dalam menjalani aktivitas sehari-hari, termasuk dalam hal pola konsumsi yang baik. Panduan ini bukan hanya sekadar keinginan, tetapi juga mempertimbangkan kebutuhan dan manfaat yang dihasilkan. Perilaku manusia yang menunjukkan gaya hidup konsumtif dan hedonis, yang melebihi kebutuhan dasar, telah diuraikan dalam QS. Al-A'raff ayat 31.

---

<sup>28</sup> Ramadhan Razali, “Perilaku Konsumen: Hedonisme dalam Perspektif Islam”, *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Lhokseumawe*.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Hedonisme di Media Sosial Instagram dalam Kajian Teori Dramaturgi (Studi Kasus Remaja Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara), peneliti dapat mengemukakan beberapa hal yang ditarik sebagai kesimpulan yang menjawab pertanyaan pada rumusan masalah, yaitu sebagai berikut :

1. Pada panggung depan, remaja Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara kerap menunjukkan perilaku hedonisme di melalui Instagram, memamerkan kehidupan yang wah demi popularitas dan pengakuan namun, pada panggung belakang yaitu kehidupan yang sebenarnya, mereka rela melakukan apapun agar bisa memenuhi kebutuhan hedonisme-nya pada panggung depan dengan cara berbohong, meminjam atau berhutang serta mengandalkan orang tua.
2. Alasan remaja Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara melakukan hedonisme yaitu hanya untuk mengejar popularitas dan pengakuan saja, hal tersebut sudah didapatkan akibatnya, mereka seringkali menganggap bahwa gaya hidup yang hedon dapat meningkatkan status sosial mereka dimata pengikutnya di Instagram. Fenomena ini dipicu oleh pengaruh media sosial yang menonjolkan kehidupan serba mewah sebagai tolak ukur kebahagiaan

## **B. Saran**

Dari penelitian yang dilakukan, peneliti mengemukakan beberapa saran yaitu :

1. Variabel dalam penelitian ini, hanya berfokus pada hedonisme di media sosial Instagram tanpa mempertimbangkan platform media sosial lainnya sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya memperluas cakupan dengan membandingkan perilaku hedonisme di berbagai platform media sosial seperti Facebook, Tiktok atau Twitter agar dapat memberikan pemahaman yang lebih komperhensif tentang perilaku hedonism di media sosial.
2. Teori pada penelitian ini menggunakan teori dramaturgi yang hanya fokus pada bagaimana individu mempersentasikan diri mereka di depan orang lain. Penelitian selanjutnya diharapkan mempertimbangkan penggunaan teori lain seperti teori identitas sosial atau teori konsumsi untuk memahami lebih dalam motivasi di balik perilaku hedonisme.
3. Untuk remaja yang melakukan hedonisme, hindari membandingkan diri sendiri dengan orang lain di Instagram, karena banyak unggahan yang hanya menampilkan sisi terbaik dan bukan realitas keseluruhan hidup seseorang.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. Praja, D. D., & Damayantie, “Potret Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Sosiologi FISIP Universitas Lampung),” *Sociologie*, 2013.
- A. Rafiq, “Dampak Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat,” *Jurnal Global Komunika Vol 1*.
- Amalia, Putri Rizki, “Pemaknaan Followers terhadap Gaya Komunikasi Dakwah pada Akun Instagram @Hanan\_Attaki” (Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018).
- Amelia, Luky dan Saiful Amin, “Analisis Self-Presenting dalam Teori Dramaturgi Erving Goffman pada Tampilan Instagram Mahasiswa,” *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Vol. 1 (2022): 173–87*, <http://repository.uin-malang.ac.id/10976/>.
- Andayani, Fahmi “Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Budaya Hedonisme Generasi Milenial di Madiun,” *Persepsi: Communication Journal Vol. 5 (2002): 45–51*.
- Anggraini, Ranti Tri dan Fauzan Heru Santoso, “Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja,” *Journal of Psychology Vol. 3 (2017): 131–40*.
- APJII [Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia], “Laporan Survei Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia., Edisi 40 Mei, 1–6. Retrieved from <https://Apjii.or.Id/Survei.>” *Buletin APJII*, 2019, 1–6.
- Arani, Vinna Salwa “Analisis Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Filsafat Universitas Pembangunan Panca Budi Medan), Skripsi Jurusan Ilmu Filsafat, Universitas Pembangunan Panca Budi Medan” (Universitas Pembangunan Panca Budi Medan).
- C Febrianti, “Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Universitas Riau di Kelurahan Simpang Baru Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru,” *JOM FISIP*, 2017, 1–15.

- Cindy Mutia Annur, “Ada 91 Juta Pengguna Instagram di Indonesia, Mayoritas Usia Berapa?” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-diindonesia-mayoritas-usia-berapa> diakses pada tanggal 25 Agustus 2023.
- Diananda, Amita, “Psikologi Remaja dan Permasalahannya,” *Journal ISTIGHNA* Vol. 1.
- Dwi, Bambang Atmoko, “Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel,” Jakarta: Media Kita, 2012.
- Fajrati, Diana Sari, “Instagram sebagai Media Sosial untuk Membangun Personal Branding di Kalangan Komunitas Instameet Indonesia di Jakarta” (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/50263>.
- G Kotler, P. & Amstrong, “Principles of Marketing (10th Editi,” *New Jersey: Pearson Prentince Hall*, 2007.
- Girsang, Dameria dan Nova Lusnia Sipayung, “Peran Instagram terhadap Minat Berkunjung Wisatawan ke Objek Wisata Bukit Indah Simarjarunjung Kabupaten Simalungun (Pasca Pandemi Covid-19),” *Jurnal Darma Agung* vol 29 (n.d.): 416–28.
- Goffman, Erving Goffman, *The Presentation of Self Everyday Life*, 1922, [https://monoskop.org/images/1/19/Goffman\\_Erving\\_The\\_Presentation\\_of\\_Self\\_in\\_Everyday\\_Life.pdf](https://monoskop.org/images/1/19/Goffman_Erving_The_Presentation_of_Self_in_Everyday_Life.pdf).
- Herlina, Erna Rika, “Pandangan Islam terhadap Gaya Hidup Hedonisme pada Generasi Z”, *Andragogi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, Vol 5, No.1 <https://kalam.sindonews.com>, “Wikipedia, /Surah/102/at-Takatsur”.
- <https://quran.nu.or.id/al-araf/31>,”Wikipedia,/surah/31/Al-A’raf”.
- Indra, Rahman “Survei: Instagram Media Sosial paling Narsis”, <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170406084102-277-205330/survei-instagrammedia> sosial-paling-narsis diakses pada tanggal 25 Agustus 2023.
- Jannah, Miftahul, “Remaja dan Tugas-Tugas Perkembangannya dalam Islam,” *Jurnal Psikoislamedia* Vol.1.

- Jannah, Wardatul dan Nova Saha Fasadena, “Fenomena Mandi Lumpur Live di TikTok Menurut Teori Dramaturgi Erving Goffman,” *The Journal of Islamic Communication and Broadcasting* Vol 2.
- Lestari, Marhadina Dwi dan Nurliah, “Interaktivitas Akun Instagram @Ezraalfatah dalam Membangun Motivasi Mahasiswa Menyusun Skripsi: Studi terhadap Mahasiswa Kalimantan Timur,” *Jurnal Edukasi Nonformal* Vol 4 (2023).
- Macionis, J. John, “Society the Basic, Eight Edision,” Jakarta: New Jersey, 2006, 95–96.
- Mayasari, Fitria, “Etnografi Virtual Fenomena Cancel Culture dan Partisipasi Pengguna Media Terhadap Tokoh Publik di Media Sosial,” *Journal of Communication and Society* I Vol 1
- Mufidah, Elia Firdah dan Peppy sisca Dwi Wulansar, “Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Pascasarjana di Media Sosial,” *Jurnal Konseling Indonesia*, hal 33–36.
- Nugraheni, “Fenomena Gaya Hidup Hedonis pada Remaja, Skripsi Semarang” (Fakultas Psikologi UNIKA, 2003).
- Pradhana, Tian Angga, “Self-Presenting pada Media Sosial Instagram dalam Tinjauan Teori Dramaturgi Erving Goffman” (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019).
- Putri, Wilga Secsio Ratjasa, R. Nunung Nurwati dan Meilanny Budiarti Santoso, “Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja, *Journal UNPAD*, Vol 3, No 1
- Razali, Ramadhan, “Perilaku Konsumen: Hedonisme dalam Perspektif Islam”, *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Lhokseumawe*
- Salam, “Etika Sosial: Asas Moral dalam Kehidupan Manusia,” Jakarta: Rineka Cipta, 2002, <http://digilib.fisipol.ugm.ac.id/handle/15717717/10832>
- Sugiyono, “Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods),” *Bandung: Alfabeta*, 2013, 337–45.
- Suharsimi, “Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik,” Jakarta: Rineka Cipta, 2013, 274.

- Suryabrata, Sumadi, "Metode Penelitian," *Jakarta: Rajawali*, 1978, 222.
- Suseno, Franz Magnis "Masalah-Masalah Pokok Filsafat Moral," Yogyakarta: Kanisius, n.d.
- Sutrisno, Agnes Pertiwi, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers". No. 2," *Journal Common* Vol. 5 (n.d.): hal. 119.
- Wanodya, Jita, "Interaksi Sosial di Media Sosial dalam Perspektif Dramaturgi (Studi Kasus Pengguna WhatsApp dan Instagram Kelompok Ibu-Ibu Seven Squad Di SD Ruhama)" (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2019), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/49265>.
- Widiantari, Komang Sri dan Yohanes Kartika Herdiyanto, "Perbedaan Intensitas Komunikasi melalui Jejaring Sosial antara Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert pada Remaja," *Jurnal Psikologi Udayana* Vol.1 (2013): 106–115, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/psikologi/article/download/25055/16269>.
- Widodo, Suko "Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial," Malang Aditya Media Publishing, n.d., 167
- Wijayanti, Mita "Hedonisme sebagai Identitas Pengguna Media Sosial Instagram" Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung" (n.d.).
- Wikipedia, <https://Data.Goodstats.Id/Statistic/Agneszefanyayonatan/Pengguna-Instagram-Berdasarkan-Rentang-Usia-2023-MEdzz>, 2023.
- Wikipedia. <https://id.wikipedia.org/wiki/Instagram>.
- Zayyan, Dhiya Izzahtul "Representasi Gaya Hidup Hedonisme Generasi Millennial dalam Media Sosial Instagram," *Jurnal Ilkom.Fs.Umi.Ac.Id.*, 2020, <https://jurnal.ilkom.fs.umi.ac.id/index.php/respon/article/download/20/12>.
- Zayyan, Zelfia Dhiya Izzahtul, Abd. Majid, "Representasi Gaya Hidup Hedonisme Generasi Millennial dalam Media Sosial Instagram," *Jurnal Ilkom.Fs.Umi.Ac.Id*, 2020.



**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**

Lampiran 1 :

### **DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA**

1. Apa alasanmu melakukan hedonisme ?
2. Bagaimana caramu memenuhi hedonisme-mu ?
3. Apa yang kamu rasakan ketika melakukan hedonisme ?
4. Bagaimana perasaanmu ketika tidak melakukan hedonisme ?
5. Bagaimana pertama kali kamu melakukan hedonisme ?

Lampiran 2 :

**Dokumentasi wawancara :**



Gambar 1 : wawancara dengan NA



Gambar 2 : Wawancara dengan AB



Gambar 3 : Wawancara dengan HL



Gambar 4 : wawancara dengan FN



Gambar 5 : wawancara dengan AI



Gambar 6 : Wawancara dengan WI



Gambar 7 : wawancara dengan RE  
subjek



gambar 8 : ikut *touring* dengan



Gambar 9 dan 10 : Gaya Hedonisme AI dan RE di Instagram



Gambar 11 dan 12 : Gaya Hedonisme HL dan WI di Instagram



Gambar 13 dan 14 : gaya hedonisme FN dan AB

## RIWAYAT HIDUP



**Lilis Asrina Safitri**, Lahir di Tuara pada tanggal 11 maret 2002. Penulis merupakan anak terakhir dari empat bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Amiruddin dan ibu bernama Nur Laela. Penulis dibesarkan di Dusun Tuara, Desa Malimbu, Kecamatan Sabbang, Kabupaten Luwu Utara, Provinsi Sulawesi Selatan. Saat ini penulis bertempat tinggal di Dusun Tuara, Desa malimbu. Pendidikan dasar penulis diselesaikan pada tahun 2015 di SDN 019 Pongo. Kemudian, pada tahun yang sama lanjut menempuh pendidikan di SMP Negeri 3 Sabbang hingga tahun 2018. Kemudian, pada tahun 2018 melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 3 Luwu Utara mengambil jurusan IPS. Setelah lulus SMA di tahun 2020, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang diminati, yaitu di program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Semasa kuliah penulis aktif mengikuti organisasi HMPS KPI pada periode tahun 2022 sebagai anggota bidang minat dan bakat, dan dilanjutkan pada periode 2023 sebagai bendahara umum.

Contact Person penulis: [asrinalilis@gmail.com](mailto:asrinalilis@gmail.com)