

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Kemajuan teknologi telah menyebabkan manusia menciptakan bentuk-bentuk interaksi dan sosialisasi baru, salah satunya inovasi teknologi komunikasi dalam bentuk media sosial atau media baru. Media sosial menawarkan banyak kemudahan yang membuat penggunaanya betah berlama-lama di dunia maya. Pengguna media sosial bebas berkomentar dan berbagi pendapat tanpa rasa khawatir, tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun. Bahkan ada yang mengatakan bahwa ini adalah era generasi busur. Di mana saja, kapan saja, setiap *gadget* tampilan lebih disukai.<sup>1</sup>

Hedonis merupakan pola hidup atau interaksi seseorang dengan lingkungannya yang hanya berorientasi pada kesenangan atau kenikmatan dalam kegiatan, minat, dan pendapat. *Hedonisme* menjadi suatu masalah yang sangat serius yang mempengaruhi gaya hidup para siswa. Faktor eksternal yang mempengaruhi mereka menjadi *hedonisme* adalah adanya pengaruh dari media sosial yang mereka gunakan. Seringnya seseorang melihat orang lain yang terlihat selalu bersenang-senang, menggunakan barang-barang mahal, berkumpul di kaffe menjadikan siswa tertarik untuk mengikutinya.

Paparan informasi tersebut berasal dari gambaran-gambaran ideal di dalam instagram yang sering mengaitkan kepemilikan harta benda sebagai tanda

---

<sup>1</sup> Donny BU, *Usir Galau dengan Internet Sehat*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), 53.

kebahagiaan, status sosial, kesuksesan, dan kepuasan hidup seseorang. Ketika individu semakin sering terpapar informasi tersebut, kemungkinan individu akan semakin meyakini bahwa harta benda merupakan hal yang penting di dalam hidup, sehingga mereka akan berfokus pada kepemilikan harta benda serta pemerolehannya.<sup>2</sup> Hedonisme berasal dari bahasa Yunani *hedone* yang artinya kesenangan, kesenangan. Kelompok hedonisme cenderung membelanjakan uangnya, kelompok ini cenderung konsumtif berbeda dengan kelompok utilitarian yang membelanjakan uang sesuai dengan keuntungan atau kebutuhannya.<sup>3</sup> Hedonis dianggap sebagai pola hidup yang berlandaskan pada aktivitas atau kegiatan yang berfokus pada kesenangan, seperti senang bermain atau menghabiskan waktu di luar rumah, memberi barang mahal, maupun menjadi pusat perhatian.<sup>4</sup>

Berdasarkan definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa hedonisme adalah gaya hidup yang menimbulkan kesenangan sesaat yang dapat membuat seseorang melupakan masalahnya dalam waktu singkat. Individu yang berorientasi gaya hidup mencari kesenangan sebanyak mungkin untuk menghindari penderitaan dan kesedihan. Hedonisme sangat mempengaruhi perkembangan remaja saat ini. Hedonistik adalah gaya hidup yang menjadikan kesenangan dan kebahagiaan sebagai tujuan. Setiap aktivitas yang dilakukan selalu untuk kesenangan apapun caranya, apapun caranya dan apapun konsekuensinya. Orientasi hidup selalu

---

<sup>2</sup> Richins, Marsha & Dawson, Scott, A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research*, 2012, 19, 303-316.

<sup>3</sup> Sarwono, *Psikologi remaja* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), 234.

<sup>4</sup> Kotler, P., & Amstrong, G, *Principles of marketing* (10th editi) (New Jersey: Pearson Prentince Hall, 2007), 56.

diarahkan ke sana dengan sebisa mungkin menghindari perasaan tidak menyenangkan atau menyakitkan.

Fenomena hedonisme pada remaja yang sering terjadi adalah meniru gaya hidup selebgram di SMAN 7 Kediri merupakan salah satu sekolah dengan banyak selebgram di dalamnya di bandingkan SMA lain di Kediri. Selebgram memiliki konten yang beragam pada setiap foto dan video yang diunggah ke Instagram. Selebgram bisa seorang pencinta fotografi, pehobi *travelling*, pencinta kopi, penggiat *make-up*, pencinta binatang, atau sekadar penyuka humor. Mereka memiliki ribuan hingga jutaan *followers*. Akun @lupitadewief merupakan selebgram asal SMAN 7 Kediri yang terkenal karena ia sering menjadi model di beberapa akun online shop Instagram dan akun @dewi.anggia sebagai salah satu selebgram yang menampilkan gaya berpakaian modern. Sehingga gaya hidup mereka sangat dikagumi dan ditiru oleh siswa sekolah tersebut, seperti contoh gaya dalam berpakaian mereka yang merupakan aspek hedonisme.<sup>5</sup>

Pengguna Instagram didominasi oleh remaja. Remaja adalah masa transisi dalam mencari jati diri. Pada dasarnya remaja memiliki impresi, suka meniru, ingin dianggap super dan paling berkuasa. Melalui penggunaan Instagram yang ekstensif, remaja kemungkinan akan dihadapkan pada berbagai informasi tentang pentingnya memiliki harta benda dan gaya hidup mewah. Sebaliknya, jika seseorang memiliki intensitas penggunaan Instagram yang rendah, ia cenderung tidak mengalami perubahan nilai akibat terpapar informasi terkait pentingnya memiliki harta benda dan gaya hidup yang lebih mewah.

---

<sup>5</sup> Observasi pada sosial media Instagram akun selebgram pada 5 Agustus 2020.

Perilaku remaja melalui Instagram biasanya memposting tentang aktivitas, cerita, dan foto pribadi bersama teman-temannya. Menurut remaja lebih aktif di media sosial, di Instagram ini, jadi dianggap bagus dan gaul. Namun, remaja yang tidak memiliki media sosial biasanya dianggap ketinggalan zaman, ketinggalan zaman, dan kurang sosial. Pola pikir ini membuat remaja bertindak jauh dari hal-hal agama tanpa memikirkan nilai-nilai Islam. Tingkah laku remaja yang berbagi nilai-nilai Islam seperti beribadah kepada Tuhan, tidak hanya terletak pada orang tua saja untuk seumur hidup, bukan sekedar untuk melengkapi kebutuhan, serta menjalankan perintah dan menjauhi larangan setiap hari.

Untuk meninjau bagaimana hedonisme dan intensitas penggunaan instagram yang dimiliki individu, peneliti melakukan wawancara di SMAN 7 Kediri pada tanggal 10 dan 11 Juli 2020 dengan 5 orang remaja yang memiliki rentang usia 15-17 tahun. Subjek penelitian ini siswa kelas X SMAN 7 Kediri dengan karakteristik yaitu memiliki akun instagram, aktif dalam mengakses akun instagram (sekurangnya tiga kali dalam sehari dan menggunakan instagram 1 sampai 2 jam atau lebih dalam sehari, membuat status, mengunggah video dan foto, memeriksa pemberitahuan atau notifikasi, dan mengolah atau mengaplikasikan fitur-fitur yang disediakan oleh instagram.<sup>6</sup> Jadi, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial *instagram* adalah besarnya kekuatan tingkah laku yang jumlah ulangan dan perilaku serta waktu yang dihabiskan individu saat menggunakan media sosial *instagram*.

---

<sup>6</sup> Wawancara siswa SMAN 7 Kediri pada 4 Agustus 2021.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa tiga dari lima siswa SMAN 7 Kediri meyakini bahwa pakaian yang dibeli mampu memberikan nilai tersendiri bagi individu seperti meningkatkan kepercayaan diri serta menunjukkan status sosial. Beberapa siswa SMAN 7 Kediri merasa bahwa pakaian yang dibeli juga dapat membuat mereka terlihat lebih keren, mengikuti *trend*, dan *fashionable* di depan orang lain. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tiga dari lima siswa SMAN 7 Kediri tergolong dalam individu materialis karena mereka lebih memandang pakaian sebagai sarana mengekspresikan identitasnya serta menyampaikan status sosial disamping melihat manfaat pribadi yang diterima oleh individu.

Berdasarkan permasalahan yang muncul di instagram sebagian besar permasalahan muncul karena orang melakukan berbagai cara untuk mendapatkan sesuatu yang mereka inginkan yaitu eksistensi diri atau pengakuan dari orang lain bahwa dirinya paling penting, menunjukkan sikap arogan dan angkuh, memanfaatkan orang lain secara berlebihan, namun menjadikannya lupa akan empati terhadap orang lain karena mementingkan kesenangan dirinya saja. Permasalahan tersebut merupakan contoh nyata dari ciri-ciri kecenderungan gangguan hedonisme yang muncul pada pengguna media sosial instagram saat ini atau bisa dikatakan intensitas penggunaan media instagram dipengaruhi oleh hedonisme pada remaja.

Fenomena yang terjadi ketika siswa SMAN 7 Kediri mengunggah foto yang mereka anggap keren seperti selebgram idola mereka, mereka akan merasa dirinya berharga. Keberhargaan diri tersebut ditentukan oleh faktor persetujuan sosial dalam bentuk persetujuan dari orang lain. Tidak hanya dapat meningkatkan

harga diri saja namun juga dapat mengurangi harga diri pada siswa tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti menentukan kajian dengan judul “HUBUNGAN ANTARA HEDONISME DENGAN INTENSITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM PADA SISWA SMAN 7 KEDIRI”.

### **B. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan judul dan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat hedonisme pada siswa SMAN 7 Kediri?
2. Bagaimana intensitas penggunaan instagram pada siswa SMAN 7 Kediri?
3. Bagaimana hubungan antara hedonisme dengan intensitas penggunaan instagram pada siswa SMAN 7 Kediri?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat hedonisme pada siswa SMAN 7 Kediri.
2. Untuk mengetahui intensitas penggunaan instagram pada siswa SMAN 7 Kediri.
3. Untuk mengetahui hubungan antara hedonisme dengan intensitas penggunaan instagram pada siswa SMAN 7 Kediri.

### **D. Kegunaan penelitian**

Kegunaan dari penelitian ini adalah melihat seberapa jauh peranan suatu penelitian dan dapat ditemukan sesuatu yang baru ataupun penyempurnaan pengetahuan yang telah ada. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian bermanfaat memberikan sumbangan pemikiran atau memperkaya konsep-konsep, teori-teori terhadap ilmu pengetahuan mengenai hubungan antara hedonisme dengan intensitas penggunaan instagram pada siswa SMAN 7 Kediri.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun berbagai kebijakan terkait dalam mengatasi problematika sosial di kalangan siswa SMAN 7 Kediri. Serta untuk mengetahui hubungan antara hedonisme dengan intensitas penggunaan media sosial instagram.

### **E. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru di dasarkan pada teori yang relevan, belum di dasarkan pada fakta- fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.<sup>7</sup>

Disebut Korelasi Positif, jika dua variabel yang berkorelasi, berjalan paralel; artinya bahwa hubungan antardua variabel itu menunjukkan arah yang sama. Jadi, apabila variabel X mengalami kenaikan atau penambahan, akan diikuti pula dengan kenaikan atau penambahan pada variabel Y; atau sebaliknya. Disebut Korelasi Negatif jika dua variabel yang berkorelasi itu berjalan dengan arah yang

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* (Bandung: Alfaberta, 2012), 120.

berlawanan, bertentangan, atau berkebalikan. Ini berarti bahwa kenaikan atau penambahan pada variabel X misalnya, akan diikuti dengan penurunan atau pengurangan pada variabel Y. Hipotesis pada penelitian ini adalah:

1. Ha: Terdapat hubungan positif antara hedonisme dengan intensitas penggunaan media sosial instagram pada siswa SMAN 7 Kediri.
2. Ho: Tidak terdapat hubungan positif antara hedonisme dengan intensitas penggunaan media sosial instagram pada siswa SMAN 7 Kediri.

#### **E. Kajian Pustaka**

Berdasarkan penelusuran yang peneliti lakukan pada skripsi dan jurnal yang ada, terdapat banyak yang membahas mengenai hedonisme dengan intensitas penggunaan instagram, namun peneliti belum menemukan penelitian mengenai hubungan antara hedonisme dengan intensitas penggunaan instagram pada siswa SMA secara detail. Peneliti menemukan beberapa skripsi yang berkaitan dengan ini:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hendrata, & Christiano, pada mahasiswa Unika Widya Mandala Madiun yang berada pada masa remaja madya hingga masa remaja akhir menunjukkan bahwa kecenderungan narsistik pada remaja termasuk dalam kategori sedang dengan persentase 70,8 persen, 12,5 persen rendah dan 16,7 persen tinggi. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Cecillia, (2016) kepada 60 siswa SMA Kristen 1 Salatiga mengenai kecenderungan narsistik menunjukkan hasil bahwa 20 siswa (29%) berada pada kategori tinggi, 41 siswa (58%) berada pada kategori sedang, dan 9 (13%) siswa berada pada kategori rendah. Serta harga diri memberikan

sumbangan sebesar 12% terhadap kecenderungan narsistik siswa SMA Kristen 1 Salatiga yang menggunakan instagram, sehingga masih terdapat kemungkinan 88% faktor lain mempengaruhi kecenderungan narsistik.<sup>8</sup>

2. Najib, Sugiarto, & Erawati, menyatakan bahwa remaja yang memiliki narsistik yang tinggi akan merasa bahwa dirinya baik, merasa dirinya luar biasa, selalu ingin dipuji, melakukan apa saja dengan berani, suka menjadi pusat perhatian, mencoba untuk memamerkan, mengikuti tren terkini, dan senang terhadap penampilan fisiknya.<sup>9</sup>
3. Novita Lailia Mukaromah. (2020). *Pengaruh Penggunaan Media Massa Elektronik dan Online Terhadap Akhlak Peserta Didik di SMPN 2 Kademangan Blitar*. Skripsi. IAIN, Tulungagung. Hasil penelitian: (1) Penggunaan media massa elektronik (televisi) berpengaruh positif dan signifikan terhadap akhlak peserta didik di SMPN 2 Kademangan Blitar. Dari hasil analisis dengan taraf signifikansi 5% dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . (2) Penggunaan media massa online (internet) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap akhlak peserta didik di SMPN 2 Kademangan Blitar dengan nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . (3) secara simultan variabel penggunaan media massa elektronik (televisi) dan variabel penggunaan media massa online (internet) berpengaruh signifikan terhadap

---

<sup>8</sup> Hendrata, N. D., & Christianto, L. P. Ketertarikan Minat Selfie dengan Kepribadian Narsistik dan Harga Diri pada Remaja . *Prosiding SEMNAS Penguatan Individu di Era Revolusi Informasi 2017*, ISBN: 978-602-361-068-6, 231-237.

<sup>9</sup> Najib, M. A., Sugiarto, A., & Erawati, E, Swafoto Narsistik dan HargaDiri Remaja . *INSAN Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental*. 2018. Vol. 2, No.2, 103-110.

akhlak peserta didik di SMPN 2 Kademangan Blitar sebesar 61,1% dan sisanya 39,9% dipengaruhi indikator lain yang tidak ada dalam penelitian ini.<sup>10</sup>

4. Umu Nisa Ristiana. (2018). *Hubungan antara Intensitas Penggunaan media Sosial dengan Komunikasi Interpersonal Siswa SMAN 1 Depok Sleman D.I Yogyakarta*. Skripsi. IAIN Palangkaraya. Berdasarkan hasil perhitungan statistik didapatkan perolehan koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) = 0.057 dengan  $p = 0.574$  ( $p > 0.05$ ), artinya tidak ada hubungan positif signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal siswa SMAN 1 Depok Sleman D.I Yogyakarta.<sup>11</sup>
5. Andry Ivana Rizki. (2017). *Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) = 0,130 dengan signifikansi = 0,113 ( $p > 0,05$ ). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial instagram dengan harga diri.<sup>12</sup>

Persamaan Penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama sama membahas tentang penggunaan media sosial Instagram. Sedangkan perbedaannya adalah pada peneliti tersebut objek yang dijadikan penelitian adalah hedonisme pada siswa SMAN 7 Kediri.

---

<sup>10</sup> Novita Lailia Mukaromah, “Pengaruh Penggunaan Media Massa Elektronik dan Online Terhadap Akhlak Peserta Didik di SMPN 2 Kademangan Blitar”. Skripsi, Tulungagung: IAIN, Tulungagung, 2020.

<sup>11</sup> Umu Nisa Ristiana, “Hubungan antara Intensitas Penggunaan media Sosial dengan Komunikasi Interpersonal Siswa SMAN 1 Depok Sleman D.I Yogyakarta”. Skripsi, Palangkaraya: IAIN Palangkaraya, 2018.

<sup>12</sup> Andry Ivana Rizki, “Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Harga Diri”. Skripsi, Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2017.