

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di tengah arus perkembangan teknologi dan perubahan budaya yang pesat di era modern ini, pola hidup masyarakat mengalami transformasi yang cukup signifikan. Salah satu perubahan paling nyata tampak pada generasi Z, yang menunjukkan kecenderungan untuk mengejar kenikmatan pribadi secara berlebihan, atau yang dikenal sebagai gaya hidup hedonis.

Gaya hidup ini dicirikan oleh pencarian kesenangan dalam berbagai aktivitas, dengan tujuan menampilkan status sosial yang tinggi dan menarik perhatian melalui konsumsi barang-barang mewah dan merek ternama, seperti pakaian branded, gadget terbaru, kendaraan mahal, hingga gaya hidup yang identik dengan nongkrong di tempat elit, berlibur ke destinasi populer, serta membagikan semua aktivitas tersebut di media sosial sebagai bentuk eksistensi dan pengakuan dari lingkungan sekitar (Putri & Arswimba, 2024)

Menurut Nuryani dan Martini (2020) gaya hidup hedonis mengacu pada perilaku yang menempatkan kesenangan sebagai tujuan utama dalam setiap kegiatan, sering kali demi menunjukkan eksistensi sosial dan memperkuat citra diri. Fenomena ini memiliki dampak besar, terutama pada kalangan generasi Z yang sedang berada dalam tahap pencarian jati diri. Hal ini berisiko menimbulkan krisis identitas, karena banyak dari mereka menilai dirinya berdasarkan pandangan sosial dan tren yang sedang populer.

Meskipun demikian, gaya hidup ini tetap diterima secara luas oleh masyarakat, karena dianggap menarik dan mencerminkan kemajuan zaman.

Ketika kepuasan materi menjadi prioritas, muncul tekanan dan kecemasan jika keinginan tidak terpenuhi, karena adanya tuntutan sosial untuk terus mengikuti tren yang berkembang (Oktaviani & Yudiana, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Ningsih dan Putra (2020) terhadap 300 Generasi Z di Pekanbaru menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat antara tingkat intensitas penggunaan Instagram dan gaya hidup hedonis, dengan nilai korelasi $r = 0,844$ serta tingkat signifikansi $p < 0,000$. Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin sering individu mengakses dan berinteraksi di Instagram seperti menonton story, mengunggah konten, memberi komentar, dan mengikuti tren maka semakin besar kecenderungan mereka untuk mengadopsi gaya hidup yang berfokus pada pencarian kesenangan, pencitraan diri, serta kebutuhan akan pengakuan sosial.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Ningsih dan Putra (2020) juga menunjukkan bahwa sebesar 71,3% dari gaya hidup hedonis dapat dijelaskan oleh intensitas penggunaan Instagram. Dengan kata lain, mayoritas perilaku hedonistik yang ditunjukkan oleh Generasi Z dalam studi ini sangat dipengaruhi oleh aktivitas mereka di media sosial tersebut, sementara 28,7% sisanya kemungkinan dipengaruhi oleh faktor eksternal lain seperti latar belakang sosial, kondisi ekonomi, nilai-nilai keluarga, atau pengaruh dari media lainnya.

Data ini diperkuat oleh laporan Vincentius (2019) yang menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis bervariasi signifikan dalam populasi. Secara umum, pada Generasi Z di Surabaya, hanya sekitar 25% yang menunjukkan tingkat hedonis sedang hingga sangat tinggi, sedangkan mayoritas ($\pm 66\%$) berada di level rendah.

Namun, pada generasi Z di Medan, 57% dari populasi memiliki gaya hidup hedonis tinggi (Manullang & Hutagalung, 2023).

Faktor eksternal seperti tekanan teman sebaya juga terbukti penting, di mana konformitas hanya menjelaskan 19% gaya hidup hedonis generasi Z di Semarang, mengisyaratkan bahwa mayoritas motivasi hedonis berasal dari faktor internal seperti keinginan akan pengakuan sosial atau aktualisasi diri (Putri dan Budiarti, 2019).

Gaya hidup hedonis sangat terlihat dalam keseharian generasi Z. Sebagaimana dijelaskan oleh Nashori (2012), generasi Z cenderung menunjukkan perilaku, sikap, dan penampilan yang bertujuan untuk menarik perhatian kelompok sosialnya. Dorongan untuk diakui keberadaannya dalam lingkungan pertemanan mendorong mereka mengikuti tren, termasuk dalam hal berpakaian atau memiliki barang-barang tertentu. Akibatnya, tidak jarang remaja membeli barang mahal seperti ponsel keluaran terbaru, bukan karena kebutuhan, tetapi demi kesetaraan dengan kelompok sosialnya.

Urgensi penelitian mengenai gaya hidup hedonis pada Generasi Z kian mengemuka seiring dengan meningkatnya prevalensi pola perilaku konsumtif dan pencarian kesenangan instan dalam kehidupan mereka sehari-hari. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan pergeseran nilai dalam masyarakat modern, tetapi juga berpotensi menimbulkan dampak negatif yang bersifat multidimensional dalam jangka panjang.

Menurut Teori Dampak Sosial (Social Impact Theory) yang dikemukakan oleh Latané (1981), perilaku individu sangat dipengaruhi oleh kekuatan, jumlah, dan kedekatan sumber sosial di sekitarnya. Dalam konteks ini, eksistensi media

sosial seperti Instagram menjadi sumber tekanan sosial yang kuat dan terus-menerus, mendorong Generasi Z untuk menunjukkan gaya hidup yang menekankan citra, konsumsi, dan kesenangan sesaat sebagai bentuk penerimaan sosial.

Akibatnya, gaya hidup hedonistik yang berfokus pada kepuasan instan dan pencitraan diri dapat menimbulkan berbagai konsekuensi serius. Di antaranya adalah ketergantungan finansial yang berkepanjangan terhadap orang tua, rendahnya kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi, serta terhambatnya proses menuju kemandirian ekonomi. Selain itu, dampak psikologis pun tidak dapat diabaikan, seperti menurunnya prestasi akademik, meningkatnya tingkat stres dan kecemasan, serta munculnya krisis identitas akibat orientasi nilai yang lebih menekankan pada penampilan dan validasi sosial ketimbang pencapaian personal dan pengembangan diri (Putri & Arswimba, 2024). 1

Lebih jauh, gaya hidup hedonis juga dapat memicu konflik dalam keluarga, terutama pada individu dari latar belakang ekonomi menengah ke bawah yang memaksakan diri mengikuti gaya hidup mewah demi gengsi atau diterima secara sosial. Jika tidak ditanggulangi dengan tepat, kondisi ini dapat membentuk generasi muda yang rentan secara mental, tidak memiliki orientasi tanggung jawab jangka panjang, serta berpotensi memperlebar kesenjangan sosial (Prasetyo, 2019). Oleh sebab itu, penelitian ini memiliki peran penting sebagai dasar dalam merumuskan strategi edukasi dan penguatan karakter, agar generasi muda mampu hidup secara seimbang dan bertanggung jawab.

Dalam hal ini, Kotler (1997) menjelaskan bahwa gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh dua faktor utama, yakni faktor internal dan eksternal. Faktor

internal meliputi sikap, pengalaman, kepribadian, konsep diri, dan motif pribadi, sedangkan faktor eksternal mencakup pengaruh dari kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan budaya. Sementara itu, Widjaja (2009) menambahkan bahwa gaya hidup hedonis merupakan manifestasi dari kebutuhan seseorang untuk memperoleh fantasi, sensasi, dan kepuasan emosional melalui konsumsi produk atau layanan tertentu.

Di tengah pesatnya perkembangan era digital, media sosial kini menjadi elemen yang tak terpisahkan dari aktivitas sehari-hari, terutama bagi Generasi Z yang tumbuh bersama kemajuan teknologi. Kondisi ini turut berkontribusi dalam membentuk gaya hidup hedonis, sebagaimana dijelaskan dalam pandangan Kotler (1997) dan Widjaja (2009).

Media sosial kerap dimanfaatkan oleh Generasi Z sebagai wadah utama untuk menjalin komunikasi dengan lingkungan sosial mereka, mengikuti perkembangan tren, serta melakukan perbandingan gaya hidup dengan orang lain (perbandingan sosial). Selain itu, media sosial juga berperan sebagai saluran utama dalam menyebarkan nilai-nilai konsumtif dan hedonistik, seperti memamerkan kemewahan, gaya hidup glamor, dan pencarian kesenangan sesaat (Bidayah, 2022)

Pemilihan variabel independen berupa intensitas penggunaan media sosial Instagram didasarkan pada laporan menurut Menurut Pratiwi dan Kumalasari (2021) bahwa Instagram merupakan platform berbasis visual yang sangat populer di kalangan Generasi Z dan memiliki pengaruh besar dalam membentuk gaya hidup hedonis. Melalui Instagram, pengguna dapat membagikan momen kehidupan sehari-hari, memamerkan barang-barang mewah, serta aktivitas

hiburan, yang secara tidak langsung mendorong munculnya pola hidup yang berorientasi pada kesenangan pribadi.

Berdasarkan laporan *We Are Social* dan *Hootsuite* (2023), terdapat lebih dari 89 juta pengguna aktif Instagram di Indonesia, menjadikan platform ini sebagai salah satu media sosial dengan tingkat intensitas penggunaan tertinggi. Mayoritas pengguna berasal dari kelompok usia 18–24 tahun, yang merupakan inti dari Generasi Z. Fitur-fitur seperti *Stories*, *Reels*, dan *Explore* turut mempercepat penyebaran gaya hidup yang instan dan emosional, memicu fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)*, serta mendorong pengguna untuk mengikuti tren demi mempertahankan eksistensi sosial mereka.

Hal ini didukung oleh penelitian Rizki dan Kusumaningrum (2022) yang menunjukkan bahwa intensitas penggunaan Instagram secara signifikan memengaruhi gaya hedonis pada generasi Z. Temuan ini diperkuat oleh observasi yang dilakukan oleh Purbaningrum dan Jatmika (2024) terhadap lima mahasiswa Akuntansi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang mengaku terdorong untuk mengikuti tren di Instagram, membeli barang tersier, dan menghabiskan waktu di tempat nongkrong demi terlihat eksis di media sosial, meskipun kondisi ekonomi mereka tidak selalu mendukung. Maka dari itu, variabel intensitas penggunaan Instagram relevan dijadikan fokus dalam penelitian untuk menjelaskan kecenderungan gaya hidup hedonis pada Generasi Z.

Penelitian terdahulu menjadi acuan penting dalam memahami keterkaitan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan kecenderungan gaya hidup hedonis, khususnya di kalangan Generasi Z. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, berbagai studi telah dilakukan untuk menelusuri

bagaimana media sosial, sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan generasi muda, turut membentuk gaya hidup hedonis. Berikut adalah beberapa hasil penelitian yang relevan dalam lima tahun terakhir yang mendukung dan memperkuat urgensi topik ini

Rizki dan Kusumaningrum (2022) – Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Gaya Hidup Konsumtif dan Hedonis Mahasiswa Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram, semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk memiliki gaya hidup hedonis dan konsumtif. Mahasiswa sering merasa terdorong untuk membeli barang-barang tersier yang dipromosikan di Instagram atau mengikuti tren demi menjaga citra diri dan eksistensi sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menyasar mahasiswa sebagai sampel, yang memperkuat relevansi penelitian ini dengan Generasi Z.

Menurut Yusriani dan Husain (2023), media sosial Instagram berperan penting dalam membentuk gaya hidup hedonis di kalangan remaja, khususnya di Makassar. Konten-konten visual seperti foto liburan, barang-barang mewah, dan gaya hidup modern yang ditampilkan di Instagram memberikan pengaruh besar terhadap cara remaja memandang dan menjalani kehidupan. Banyak remaja terdorong untuk meniru gaya hidup para influencer maupun teman-teman mereka di platform tersebut sebagai upaya untuk menunjukkan eksistensi diri, meskipun hal tersebut sering kali memicu perilaku konsumtif.

Nurhayati dan Suharto (2021) – Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Hedonis Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa mahasiswa yang mengakses Instagram

secara intensif lebih mudah terdorong untuk melakukan pembelian impulsif dan mengikuti gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan sesaat. Penelitian ini menekankan bagaimana algoritma Instagram dan fitur seperti Stories dan Reels mempercepat eksposur pengguna terhadap gaya hidup mewah yang mengarah pada perilaku hedonis.

Ketiga penelitian di atas memperkuat bahwa intensitas penggunaan Instagram berperan dalam membentuk gaya hidup hedonis, terutama di kalangan Generasi Z yang rentan terhadap pengaruh visual dan sosial dari media digital. Rizki dan Kusumaningrum (2022) dalam penelitiannya menemukan adanya hubungan positif antara tingkat intensitas penggunaan Instagram dengan kecenderungan gaya hidup konsumtif dan hedonis pada kalangan mahasiswa. Makin sering mahasiswa mengakses dan berinteraksi di Instagram, semakin besar dorongan mereka untuk membeli barang-barang non-primer, mengikuti perkembangan tren, serta menjaga penampilan guna mempertahankan eksistensi di lingkungan sosial. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif dan menjadikan mahasiswa sebagai responden, yang sesuai dengan karakteristik Generasi Z.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Yusriani dan Husain (2023) juga menunjukkan bahwa media sosial Instagram berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup hedonis remaja di Makassar. Konten visual seperti unggahan liburan, barang-barang mewah, dan gaya hidup modern mendorong remaja meniru gaya hidup influencer atau teman sebaya, bahkan hingga bersikap konsumtif demi pengakuan sosial.

Sementara itu, penelitian Nurhayati dan Suharto (2021) mengungkapkan bahwa mahasiswa dengan intensitas tinggi dalam mengakses Instagram lebih mudah terdorong melakukan pembelian impulsif dan mengejar kesenangan instan. Penelitian ini menekankan peran fitur Instagram seperti *Stories* dan *Reels* dalam memperkuat eksposur terhadap gaya hidup mewah yang memicu perilaku hedonis.

Ketiga penelitian tersebut menunjukkan adanya kecenderungan yang sama, yaitu intensitas penggunaan Instagram dengan meningkatnya gaya hidup hedonis. Namun, sebagian besar penelitian terdahulu lebih menekankan pada aspek pengaruh (*causal*) dan belum secara spesifik mengkaji hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dengan gaya hidup hedonis sebagai variabel tersendiri. Selain itu, terdapat keterbatasan dalam konteks lokasi dan populasi, di mana penelitian-penelitian sebelumnya belum banyak mengeksplorasi generasi Z. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lanjutan yang menguji hubungan antara kedua variabel tersebut secara lebih spesifik guna mengisi kekosongan atau *gap* dalam literatur sebelumnya.

Tidak seperti penelitian-penelitian sebelumnya yang umumnya berfokus pada mahasiswa atau remaja secara umum, studi ini menyoroti keterkaitan antara frekuensi penggunaan Instagram dan kecenderungan hidup hedonis, dengan menitikberatkan pada Generasi Z yg berusia 16 sampai 28 tahun, yang dikenal memiliki intensitas tinggi dalam menggunakan media sosial, khususnya Instagram.

Merujuk pada uraian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, penulis bermaksud melaksanakan penelitian dengan judul “Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada Generasi Z.” Penelitian ini bertujuan

untuk mengidentifikasi dan memahami adanya keterkaitan antara tingkat intensitas penggunaan Instagram dan kecenderungan gaya hidup hedonis di kalangan Generasi Z.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis mengajukan rumusan masalah Apakah terdapat hubungan antara Intensitas penggunaan media Instagram dengan gaya hidup hedonis pada Generasi Z?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan antara Intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan gaya hidup hedonis pada Generasi Z.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini berkontribusi pada literatur ilmiah yang membahas dinamika Intensitas penggunaan media sosial Instagram terhadap Gaya hidup hedonis di kalangan Generasi Z, sekaligus menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang yang serupa.

2. Secara Praktis

Pada Generasi Z, penelitian ini dapat menjadi bahan refleksi bagi individu Generasi dalam menggunakan media sosial secara bijak, khususnya dalam mengelola Gaya hidup hedons melalui Intenstas penggunaan media sosial Instagram.