

# PERILAKU KOMUNIKASI SOSIAL HEDONIS SELEBGRAM

## Studi Deskriptif Kualitatif Perilaku Komunikasi Sosial Hedonis Selebgram Dengan Perilaku Cenderung Hedonis Di Universitas Garut

Rezza Adinda Pratiwi

Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Public Relations

Universitas Garut 44151, No. HP :

08156234888

e-mail :

[radindaprtw8@gmail.com](mailto:radindaprtw8@gmail.com)

### ABSTRAK

**Rezza Adinda Pratiwi. Judul penelitian ini adalah: Perilaku Komunikasi Sosial *Hedonis Selebgram* (Studi Deskriptif Kualitatif Perilaku Komunikasi Sosial *Hedonis Selebgram* Dengan Perilaku Cenderung Hedonis di Universitas Garut).**

Penelitian ini dilatar belakangi dengan para selebgram Kota Garut yang dimana mereka berdomisili asli di Kota Garut dan memiliki pendidikan sebagai mahasiswa di Perguruan Tinggi Garut, para selebgram Kota Garut ini minimalnya memiliki pengikut 10k dan memiliki pola perilaku *selebgram* yang terlihat cenderung *hedonis* di sosial media instagram pribadinya yang nyatanya memiliki ketidaksamaan dengan perilaku aslinya di kehidupan nyata tanpa pangkat seorang *selebgram*. Selebgram yang cenderung hedonis ini sering kali memperlihatkan kehidupannya yang cenderung berlebihan dan mewah di media sosial instagramnya, seperti memposting sedang berada di mall mewah atau bahkan sedang menggunakan barang-barang yang mewah yang kenyataannya kadang tidak sama apa yang di posting di instagram dengan kehidupan nyatanya. Maka dari itu penelitian ini dapat dilakukan dengan mengambil judul “Pola Perilaku Komunikasi *Hedonis Selebgram*”. Adapun tujuan dari penelitian ini yakni untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan pada panggung depan dan panggung belakang di kehidupan selebgram.

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori dramaturgi, dimana teori dramaturgi membahas mengenai sisi kehidupan yang berbeda yang diperlihatkan oleh seseorang yang menjadi aktor dalam kehidupannya yang dapat dibedakan dari panggung depan dan panggung belakang kehidupan seseorang tersebut. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data menggunakan teknik wawancara dan observasi partisipan yang disesuaikan juga dengan kondisi pandemi saat ini.

Hasil penelitian yang di dapatkan yaitu memang adanya pola perilaku yang cenderung *hedonis* pada diri *selebgram*, dan itu sudah menjadi lumrah di kalangan *selebgram*, karena suatu keharusan dan memang sudah *circle* kehidupan seorang *selebgram* memang seperti itu, dan terdapat perbedaan yang di dapatkan pada saat *selebgram* ada di media sosial dan di kehidupan aslinya di belakang layar.

**Kata Kunci: Pola Perilaku, Hedonis, Selebgram, Garut.**

## **ABSTRACT**

***Rezza Adinda Pratiwi. The title of this research is: Selebgram Hedonic Social Communication Behavior (Qualitative Descriptive Study of Celebgram Hedonic Social Communication Behavior With Tendent Hedonic Behavior at Garut University).***

*This research is motivated by Garut City celebgrams, where they live in Garut City and have education as students at the Garut College, Garut City celebrities have at least 10k followers and have a pattern of celebgram behavior that seems to tend to be hedonistic on their personal Instagram social media. which in fact has inequality with the original behavior in real life without the rank of a celeb. These hedonistic celebrities often show their life that tends to be excessive andluxurious on their Instagram social media, such as posting at a luxury mall or even using luxurious items which in fact are sometimes not the same as what is posted on Instagram with real life. Therefore this research can be done by taking the title "Selebgram Hedonic Communication Behavior Patterns". The purpose of this study isto find out whether there are differences in the front stage and the back stage in the life of celebrities.*

*The method used is a qualitative descriptive method using dramaturgy theory, where the dramaturgy theory discusses the different sides of life shown by a person who is an actor in his life that can be distinguished from the front stage and the back stage of a person's life. Meanwhile, data collection techniques used interview techniques and participant observation which were adapted to the current pandemic conditions.*

*The results of the research obtained are that there is indeed a behavior pattern that tends to be hedonic in celebrities, and it has become commonplace among celebrities, because it is a necessity and indeed the life circle of a celebrity is like that, and there is a difference that is obtained when the program is there. on social media and in her real life behind the scenes.*

***Keywords: Behavior Pattern, Hedonic, Celebgram, Garut.***

## I. Pendahuluan

Perilaku *hedonis* pada kalangan remaja di perguruan tinggi kian makin berkembang semakin banyak, perilaku *hedonis* yang dicerminkan oleh para *selebritis instagram* atau yang lebih dikenal dengan *selebgram* ini sepertinya sudah tidak asing lagi. *Lifestyle* yang cenderung terlihat royal dan terkesan berlebihan ini nyatanya tidak sesuai dengan yang diperlihatkan oleh remaja *selebgram*. Perilaku *hedonis* yang mereka perlihatkan terkadang menjadikan *polemik* bagi remaja lainnya yang sering berkomentar mengenai kehidupan seseorang. Perilaku hedonis dapat diartikan juga sebagai perilaku yang kurang baik seperti cenderung berperilaku yang berlebihan yang mengharuskan seseorang merasa puas akan segala hal yang diperbuatnya, perilaku hedonis juga biasanya memicu rasa yang ingin selalu diperhatikan oleh orang lain atau menjadi pusat perhatian orang lain, para kaum hedonis ini juga beranggapan bahwa hidup ini hanya satu kali, maka mereka merasa ingin menikmati hidup sebaik mungkin.

*Hedonisme* sendiri terjadi karena adanya perubahan dalam diri seseorang yang hanya menghendaki pada sebuah kesenangan semata. Gaya hidup hedonis ini dapat menjadikan seseorang banyak mengalami sebuah disorientasi, dimana pada akhirnya hal-hal yang tidak diutamakan menjadi sebuah prioritas dan lama kelamaan akan menjadi sebuah kebiasaan yang lumrah. (Simamora, 2014)

Pandangan seseorang mengenai perilaku hedonisme ini ternyata sudah ada sejak zaman Yunani kuno atau yang disebut dengan pandangan *Epikurus*. Epikurus (341-272 SM) adalah seorang filsuf Yunani yang memiliki anggapan bahwa mengejar suatu kesenangan dan kegembiraan adalah sesuatu dasar yang ilmiah yang ada pada diri seseorang, anggapan tersebut mengarah pada suatu tujuan yang memberikan kebahagiaan pada manusia (Higgins, 1996, hal. 142-144).

Sikap dari hedonis memiliki gaya hidup yang secara umum tidak bisa lepas dengan budaya populer saat ini, perilaku hedonis ini juga terkadang diikuti dengan kemunculan *selebgram* di Indonesia khususnya pada Kota Garut.

*Selebgram* di Kota Garut ini terbilang masih baru dan sedang musim-musimnya, para *selebgram* ini sontak menjadi pusat perhatian dari berbagai kalangan masyarakat terlebih bagi para remaja, kegunaan para *selebgram* ini sendiri adalah untuk menjadi *influencer* kepada masyarakat, atau untuk ajang promosi yang dilakukan oleh para penjual agar terlihat lebih menarik. Untuk menjadi *selebgram* sendiri dapat dikatakan cukup mudah, dengan modal paras yang cantik, menarik, serta memiliki *followers* (pengikut) yang banyak adalah dasar untuk menjadi seorang *selebgram*.

*Selebgram* sendiri lebih aktif di sosial media *instagram* karena memang pasar seorang *selebgram* untuk menjual jasanya adalah melalui *instagram* itu sendiri. Pengguna *instagram* yang sedang *hits* atau disebut juga *selebgram* ini yaitu orang-orang yang terkenal karena memiliki *popularitas* di dunia *instagram*. Para selebritis *instagram* yang dijuluki *selebgram* ini memiliki banyak *followers* (pengikut) dibandingkan dengan orang-orang biasa pengguna *instagram*, mereka memiliki banyak *followers* karena unggahan foto dan video yang mereka buat terlihat lebih menarik dan banyak disukai oleh pengguna *instagram* lainnya.

Media Sosial *Instagram* sendiri adalah sebuah media yang digunakan untuk melakukan kegiatan berbagi foto, video, serta adanya kolom komentar. Konten yang diberikan oleh *instagram* sendiri yaitu pengguna dapat berbagi momen dengan orang-orang yang diikutinya, yang terekam dalam sebuah foto, video, berbagi lokasi, bahkan adanya konten pesan untuk saling berkomunikasi, selain itu *instagram* juga dapat membagikan aktivitas keseharian (*stories, daily, aktivites*) pemilikinya kepada pengguna lain yang sudah saling ditambahkan sebagai teman.

Perilaku sosial yang cenderung berlebihan ini memang banyak terjadi pada kalangan remaja, karena remaja berfikir bahwa mereka sedang dalam proses pengembangan diri yang segalanya mereka ingin ketahui. Hal ini dipengaruhi karena seorang remaja masih sangat labil dan mudah dipengaruhi oleh kehidupan sosial teman sebayanya, perilaku sosial atau gaya hidup (*lifestyle*) *selebgram* yang sudah memiliki nama sangat bisa berpengaruh pada kehidupan *selebgram* yang berada di Garut, karena para *selebgram* Garut seringkali menjadikan para *selebgram* ternama sebagai panutan yang kehidupannya selalu mengikuti zaman. Maka tidak dapat dipungkiri bahwa perilaku *selebgram* yang cenderung hedonis ini sudah merambah ke Kabupaten Garut, kota kecil yang mempunyai banyak cerita. Di Garut sendiri *selebgram* yang cenderung memiliki perilaku yang hedonis bisa dikatakan lumayan banyak, bahkan diantaranya adalah seorang mahasiswi di beberapa perguruan tinggi. Salah satunya peneliti memilih *selebgram* garut yang cenderung memiliki perilaku *selebgram* yang hedonis, beliau adalah seorang mahasiswi di salah satu perguruan tinggi garut. Dapat di kategorikan sebagai *selebgram* yang hedonis, terlihat dari *lifestyle* kehidupannya saat di ia membagikan ceritanya di sosial media, bukan hal yang aneh bagi seorang *selebgram* untuk membagikan cerita kehidupannya di sosial media, karena mereka melakukan semuanya untuk bisa diperlihatkan kepada para pengikutnya yang memang para pengikut ini ingin mengetahui apa saja yang dilakukan oleh influencer kesukaanya tersebut.

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang mengumpulkan data informasi dari beberapa informan, bukan penelitian yang mengkaji data yang sudah ada.

Dalam penelitian kualitatif, peneliti berusaha mencari tahu berbagai informasi yang dibutuhkan dari lapangan. Metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tulisan dari informan atau orang-orang yang kita amati (Meleong J. L., 2011, hal. 4).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka peneliti menggunakan paradigma konstruktivis, karena dalam paradigma ini kebenaran suatu realitas sosial dilihat dari hasil konstruksi sosial. Realitas tidak menunjukkan dirinya dalam bentuk yang asli, tetapi harus disaring terlebih dahulu melalui bagaimana seseorang melihat sesuatu makna-makna yang beragam dari individu (Creswell, 2014, hal. 32)

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif metode deskriptif dengan menggunakan teori dramaturgi, seperti yang diungkapkan oleh Goffman yang dikutip buku Nurhadi yang berjudul Teori-Teori Komunikasi: dramaturgi merupakan sebuah sandiwara kehidupan yang dibuat oleh manusia. Goffman menyebutkan ada dua peranan penting dalam teori ini, yakni panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*backstage*). *Frontstage* sendiri mencakup pada *setting personal* (penampilan diri), *expressive equipment* (peralatan pembantu untuk mengekspresikan diri). Sedangkan bagian belakang atau yang disebut dengan *backstage*, yaitu bagian yang benar-benar real (nyata) yang bahkan hanya diketahui oleh orang yang memiliki peran tersebut (Nurhadi, 2015, hal. 56-57).

### III. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan objek dari penelitian ini berfokus pada Perilaku sosial *selebgram* yang kecenderungan memiliki perilaku hedonis, yang dimana dalam bab berikut peneliti akan menguraikan hasil dari penelitian yang dilakukan dengan menggunakan teori dramaturgi yang akan diuraikan dengan kehidupan sehari-hari *selebgram* dalam *front stage* atau *back stage-nya*. Hasil penelitian ini diperoleh melalui metode observasi mendalam yang di dapatkan langsung dari informan, dan juga dibantu oleh data yang sudah terkumpul dari informan yang kemudian di analisis. Analisis ini sendiri memfokuskan pada pola perilaku seorang *selebgram* pada dunia *selebgram* yang cenderung hedonis dengan kehidupan panggung belakangnya tanpa mengatas namakan seorang *selebgram*.

Dalam penelitian ini peneliti mendapatkan bagaimana seorang *selebgram* menjalankan dua sisi kehidupan yang berbeda untuk mencerminkan bahwa dirinya seorang *selebgram* yang memiliki *habbit* atau kebiasaan yang memang tidak dapat dipungkiri memiliki keterkaitan dengan perilaku yang cenderung hedonis.

Penelitian ini juga memfokuskan pada teori dramaturgi yang dicetuskan oleh Erving Goffman, dimana teori tersebut membahas mengenai dua perilaku yang dilihat

dari dua sisi yakni panggung depan dan panggung belakang yang terkadang diperlihatkan dengan perbedaan perilaku seseorang. Maka dari itu teori ini dapat disesuaikan dengan penelitian yang dilakukan dimana seorang *selebgram* memiliki panggung depan dengan dikenal sebagai seorang selebgram yang memiliki sifat cenderung hedonis, dan dengan panggung belakangnya yaitu realitas asli kehidupannya. Seorang selebgram nyatanya memang hanya memperlihatkan kehidupan luarnya untuk membangun image bahwa ia seorang selebgram yang harus mampu menjadi panutan bagi para pengikutnya (*followers*) dimana sang *selebgram* harus mampu memperlihatkan kebaikan, serta keunikan yang ia miliki, bahkan cenderung tidak boleh memperlihatkan kehidupan aslinya di dunia maya, karna itu dapat membuat atau membentuk pemikiran yang kurang baik untuk seorang *selebgram*.

### **3.1 Pembahasan Penelitian**

Dalam pembahasan kali ini, peneliti akan memaparkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan terhadap penelitian yang berjudul perilaku komunikasi hedonis *selebgram*, yang dilihat dari teori dramaturgi dimana adanya perbedaan pengelolaan kesan yang diberikan pada panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Pada dasarnya semua orang berhak saja melakukan pengelolaan kesan, disinipun terdapat pola perilaku yang berbeda yang diperlihatkan oleh beberapa *selebgram* ini, bahwa kehidupan di media sosialnya hanyalah untuk kesenangan semata dan memang sudah menjadi tuntutan pekerjaan sebagai seorang *selebgram*, beda halnya dengan dunia real nya atau *back stage*, mereka bebas melakukan apapun yang mereka mau tanpa di komentari oleh netizen hal ini sesuai dengan hasil observasi yang telah dilakukan juga, hasil observasi melihat dari sisi panggung belakang dan panggung depan seorang *selebgram*. Berikut adalah dokumentasi yang diperoleh dari hasil penelitian pada panggung depan dan panggung belakang *selebgram*.

Peneliti telah melakukan observasi secara tidak langsung atau disebut juga observasi dari panggung depan (*front stage*) seorang selebgram, dimana peneliti lebih dahulu melakukan penelitian melalui media sosial instagram para selebritis instagram ini, sehingga peneliti mengetahui apa saja yang dibagikan di media sosial instagram para selebgram ini. Selain itu peneliti juga melakukan observasi secara langsung yakni untuk panggung belakang (*back stage*) seorang *selebgram* bagaimana kehidupan yang mereka jalani di panggung belakang. Maka dari hasil penguat observasi peneliti dapat mengetahui hal yang memang selebgram lakukan di dunia maya atau di instagram (*front stage*) memiliki perbedaan pada kehidupan nyatanya dipanggung belakang (*back stage*).

Untuk memperkuat hasil wawancara yang dilakukan dengan para informan, peneliti juga melakukan wawancara dengan narasumber yang memang memiliki kredibilitas yang sudah pasti untuk masalah kecenderungan hedonisme yang dimiliki para selebgram ini. Berikut adalah hasil wawancara yang di dapatkan dengan

narasumber :

*“Sebelumnya memang perilaku hedonis ini sifatnya persuasif ya, jadi tergantung seperti apa dulu orang yang melakukan hedonis itu, untuk beberapa orang memang ini terkesan wajar-wajar saja karena suatu kebutuhan dan memang sudah menjadi lifestyle”.*

*“ Dan seseorang itu sudah dapat dikatakan hedonis bila pola perilaku yang ia perlihatkan sudah berpola, seperti berbelanja atau menggunakan barang selalu mewah. Kalau memang hanya sesekali saja itu bisa di bilang biasa saja, belum termasuk memiliki sifat yang cenderung hedonis”.*

*“Untuk setuju atau tidak seorang selebgram memiliki kecenderungan bersikap hedonis ini, sebetulnya semua tidak dapat dipukul rata ya, itu kembali kepada orangnya masing-masing, ya mungkin kembali ke tadi ini suatu kebutuhan untuk mereka yang mengharuskan mereka memperlihatkan sikap seperti itu”.*

*“Intinya agar kita tidak memiliki kecenderungan bersikap hedonis yang kita perlu hanyalah lebih mementingkan kebutuhan dari pada suatu keinginan, karena kalau dilihat dari keinginan memang manusia sering kali merasakan sikap yang tidak pernah cukup dan puas akan suatu hal”.*

### **3.2 Penampilan Front stage (panggung depan) dan Back Stage (Panggung Belakang) selebgram dalam Perspektif Dramaturgi**

Dalam perspektif dramaturgi kehidupan semua orang ini di ibaratkan seperti aktor, di panggung depan mereka hanya memperlihatkan hal-hal yang mereka pikir memang layak untuk ditampilkan. Sepertinya hal-nya para selebgram ini mereka memperlihatkan kehidupan di sosial media instagramnya setelah melalui setting terlebih dahulu.

Penampilan yang diperlihatkan informan 1 bella, ia sering kali memperlihatkan kehidupannya yang cenderung hedonis seperti berbelanja di story yang memang sudah mempunyai nama dan terkenal seperti HnM, Uniclo, dsb. Seperti yang kita ketahui barang-barang yang dijual ditoko tersebut dapat terbilang mahal bahkan harganya bisa saja mencapai jutaan. Ia melakukan itu karena memang ia senang membagikanya untuk dikonsumsi para pengikutnya.

Sedangkan untuk back stage nya sendiri bella justru terlihat biasa saja, memakai pakaian sederhana senyaman mungkin, bahkan di belakang panggung bella bukan lah orang yang benar-benar dapat dikatakan hedonis, hidupnya terbilang biasa saja, bekerja sebagai pegawai cafe dengan penampilan yang sederhana.

Untuk informan 2 yaitu kintan, kecenderungan hedonis yang kintan perlihatkan yaitu karna dirinya menginginkan sesuatu nya terlihat sempurna di media sosial, untuk kintan sendiri kalau ia bisa dan mampu sifat kecenderungan hedonisnya itu tidak memiliki masalah, ia hanya akan membagikan kehidupan aslinya dengan

teman dekatnya saja di sosial media instagram dengan fitur *close friend*. Bagi kintan di media sosial ia ingin terlihat sempurna sebagai seorang selebgram, tapi untuk back stage kintan terbilang lebih cuek, apapun yang ingin dia bagikan di instagramnya ia bagikan walaupun tidak terlihat mewah dan sempurna, yang penting baginya bila ingin membagikan hal yang memang diluar dirinya sebagai selebgram, ia hanya membagikanya dengan teman dekat.

Untuk informan 3 yaitu Afni, menurut afni semuanya memang sudah menjadi kebiasaan untuk seorang selebgram berperilaku cenderung hedonis, afni pun tidak memungkiri bahwa ia pun memiliki sifat yang cenderung hedonis, karna circle nya seperti itu afni pun terkadang mau tidak mau memaksakan untuk melakukan hedonisme karna ajakan selebgram lainnya.

Justru untuk afni sendiri perilaku yang ia perlihatkan di sosial media biasanya tidak beda jauh dengan apa yang ia lakukan di kehidupan sehari-hari. Untuk afni perilakunya yang cenderung hedonis itu bisa dikatakan karna ikut-ikutan teman sesama selebgram lainnya yang memiliki perilaku cenderung hedonis, jadi mau tidak mau afni akan menyesuaikan keadaanya. Beda hal nya dengan panggung belakang (backstage) afni lebih memilih untuk berhemat ketimbang mesti mengahambur-hamburkan uangnya untuk berperilaku yang hedonis.

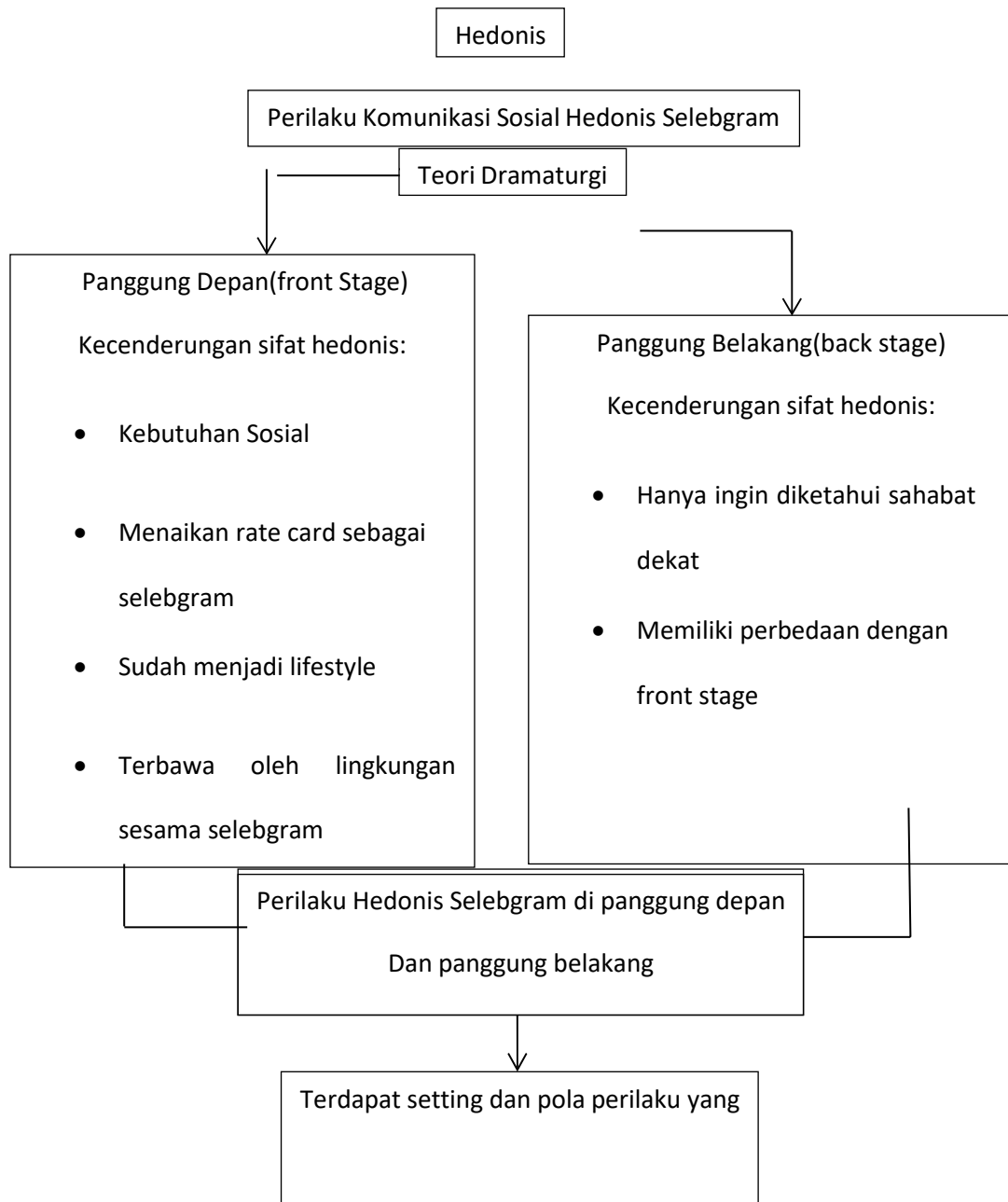
Untuk fiyani sendiri informan 4, ia lebih suka melakukan hedonisme dengan teman-teman dekatnya tanpa diumbar di media sosial, komentarnya mengenai hedonisme itu sangat wajar sekali, karna menurut fiyani hedonisme itu mencari kesenangan untuk dirinya sendiri, begitupun bebas untuk kesenangan orang lain melakukan hedonisme yang seperti apa.

Untuk backstage sendiri, fiyani lebih cenderung tertutup dan lebih memilih untuk hanya benar-benar temat dekatnya yang mengetahui kehidupanya

Untuk rossy informan 5, hedonisme bagi rossy juga sudah susah dipisahkan denganya, menurutnya karna pergaulan juga mengharuskan ia untuk bersifat hedonisme. Karna kalau tidak seperti itu seorang selebgram kredibilitasnya akan menurun kalau ia tidak bisa mengikuti fashion dan trend yang marak di kalangan selebgram. Rossy sendiri memperlihatkan kehidupan yang cenderung hedonisnya dengan menggunakan barang-barang yang fashionable.

Selebgram





**Bagan 4.3 Pola Perilaku Hedonis Selebgram di Front stage dan Back stage**

**Sumber : Peneliti 2020**

#### **IV. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul “Perilaku

Komunikasi Sosial Hedonis Selebgram” penulis menemukan hasil dari penelitian yang dilakukan dengan beberapa selebgram dimana penelitian ini menggunakan teori dari Erving Goffham yaitu teori dramaturgi yang dimana peneliti melakukan penelitian dari perilaku selebgram di kehidupan front stage nya (panggung depan) dengan perilaku back stage nya (panggung belakang). Maka dari itu peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Perilaku selebgram pada panggung depan (front stage) memperlihatkan perilaku yang memang memiliki sifat kecenderungan hedonis, seperti layaknya yang di perlihatkan pada sosial medianya, para selebgram ini membagikan kesehariannya dengan kesan yang cenderung memperlihatkan sikap hedonis, seperti sedang menggunakan barang-barang branded atau membagikan unggahan sedang di lokasi tempat makan mewah. Sebagai seorang selebgram kehidupan yang cenderung hedonis sudah sangatlah lumrah dilakukan oleh mereka, keduanya memiliki keterkaitan satu sama lain, perilaku yang cenderung hedonis ini malah dapat menunjang karir seorang selebgram untuk menaikkan rate card yang diberikan kepada bisnis-bisnis yang memang akan melakukan kerja sama. Selain itu karena kesenangan mereka juga atau bahkan keterpaksaan kondisi yang mengharuskan mereka melakukan kecenderungan bersifat hedonis.

2. Terdapat perbedaan kehidupan panggung belakang (back stage) dengan panggung depan (front stage) yang diperlihatkan selebgram di sosial media, alasannya karena para selebgram ini ingin membangun citra dirinya sebaik mungkin di media sosial, dan juga untuk membuat eksistensi pada dirinya. Pada panggung depan (front stage) para selebgram ini membuat sempurna kehidupannya di media sosial, mereka melakukan apapun untuk membuat citra dirinya di sosial media terlihat baik selain itu juga pada panggung depan (front stage) para selebgram ini memfilter apa yang ingin mereka posting di sosial medianya. Beda hal nya dengan panggung belakang (back stage) yang dimana para selebgram ini benar-benar menjadi diri mereka sendiri, tanpa pangkat mereka sebagai seorang selebgram, tetapi panggung belakang ini tidak diketahui oleh para pengikutnya di sosial media, hal ini hanya diketahui oleh kerabat dekat saja. Perilaku pada panggung belakang ini sering kali berbeda dengan apa yang mereka perlihatkan di media sosial.

## Daftar Pustaka

- Agus Hermawan, I. S. (2020). *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Truss Media Grafika.
- Aulia, H. N. (2017). *Perilaku Sosial dan Gaya Hidup Remaja*. 19.
- Azwar, S. (2013). *Sikap Manusia Teori dan Pengukuranya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cangara, H. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi ke 2, cetakan ke-17*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Creswell. (2014). *Research Design : Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. Thousand Oaks: CA : Sage Publications.
- Dewojati, C. (2010). *Wacana Hedonisme*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Katha, R. N. (2011). *Teori, Metode dan Teknik Penelitian Sastra Dari Strukturalisme Hingga Prostrukturalisme. Perspektif Wacana Naratif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kunto, A. (1999). *Mata Rantai Hedonisme. Kecil Bahagia, Muda Foya-foya, Tua Kaya-raya, Mati Maunya Masuk Surga*. Yogyakarta: Kanisius.
- Lopez, J. (2009). *The Encyclopedia of Positive Psychology*. West Sussex: Blackwell Publishing Ltd.
- Meleong, J. L. (2011). *Metologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Rosdakarya.
- Meleong, L. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong. (2014). *Metodelogi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif : Paradigma baru dab Ilmu Komunikasi & Ilmu Sosial lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Mulyana, D. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Nasrulloh, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Nurhadi, Z. (2015). *Teori-Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalalia Indonesia.
- Nurhadi, Z. (2015). *Teori-Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalalia Indonesia.
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Shimp, T. A. (2007). *Periklanan Promosi (Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu)*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Cetakan ke 17*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supard an, D. (2011). *Pengantar Ilmu Sosial: Sebuah Kajian Pendekatan Struktural*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Suryani. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet. Cetakan ke I*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

#### SKRIPSI :

Hikmatu Imarodewi, Mahasiswa Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018, dengan judul **“Gaya Hidup Hedonisme Pada Remaja Putri”**

Hanifa Nur Aulia, Mahasiswa Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Islam

Negeri Syarif Hidayatulloh Jakarta, 2017, dengan judul **“Perilaku Sosial dan Gaya Hidup Remaja “(Studi Kasus Siswa Kelas XI IPS di SMA Negeri 6 Tangerang Selatan).**

JURNAL :

Trimartati, N. (2014). Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Ahmad Dahlan. *Psikopedagogia*, Vol.3, No.1 , 21.

Simamora, J. (2014). Perilaku Hedonisme di Kalangan Mahasiswa. 65.

Santoso, R. T. (2017). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Muda Journal Of Phychology Volume 3, No 3*, 113.