

**MEDIA SOSIAL INSTAGRAM SEBAGAI ACUAN GAYA HIDUP PADA REMAJA:
STUDI KUALITATIF BUDAYA KONSUMTIF DI KALANGAN PENGGUNA
INSTAGRAM****Natasya Salsabila Nurkhoirina**

Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya

E-mail: tnatsyals@ gmail.com**Info Artikel:**

Diterima: 13-12-2025 Direview: 09-02-2026 Disetujui: 14-03-2026

Abstract: *This research is a general description of adolescent development related to a consumptive lifestyle that has become a culture. Consumptive behavior is a behavior that is widely experienced by adolescents because it is influenced by many factors that are formed within adolescents. Consumptive behavior also has characteristics and supporting aspects, so that it becomes a culture among adolescents today. This study aims to see how social media, namely Instagram, influences the lifestyle of adolescents in assessing the consumptive behavior of adolescents with the presence of Instagram on social media. The method used in this study is a descriptive qualitative method. This study shows that the formation of lifestyle in adolescents is influenced by Instagram social media. Instagram is a place to develop personal branding to make adolescents behave compulsively, or can be called FOMO, where adolescents feel encouraged to continue to follow trends to gain public sympathy. Consumptive culture, developing through Instagram, is not only caused by trends but also by digital marketing in the form of influencer content that displays lifestyles and recommendations for goods and services that have an impact on adolescents to follow a lifestyle that is not within their abilities. Even so, Instagram also provides educational benefits such as job opportunities and creative inspiration.*

Keywords: *Adolescents, Lifestyle, Consumer, Culture, Social Media*

Abstrak: *Penelitian ini merupakan gambaran umum perkembangan remaja yang berkaitan dengan gaya hidup konsumtif yang sudah menjadi budaya. Perilaku konsumtif merupakan perilaku yang banyak dialami oleh remaja yang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang terbentuk dalam diri remaja. Perilaku konsumtif juga memiliki karakteristik dan aspek pendukung sehingga menjadi budaya di kalangan remaja saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana media sosial, yaitu Instagram, mempengaruhi gaya hidup anak remaja dari sisi perilaku konsumtif anak remaja dengan hadirnya Instagram di media sosial. Metode yang digunakan pada penelitian ini yakni menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini menunjukkan bahwa pembentukan gaya hidup pada remaja dipengaruhi oleh media sosial Instagram. Instagram merupakan tempat untuk mengembangkan personal branding hingga berperilaku konsumtif pada remaja, atau bisa disebut FOMO, di mana remaja merasa terdorong terus untuk mengikuti tren demi mendapatkan simpati publik. Budaya konsumtif yang berkembang melalui Instagram tidak hanya disebabkan oleh tren-tren, tetapi juga oleh digital marketing berupa konten-konten para influencer yang menampilkan gaya hidup*

dan rekomendasi produk-produk barang maupun jasa yang memberikan dampak pada remaja untuk mengikuti gaya hidup yang tidak sesuai dengan kemampuan. Meski begitu, Instagram juga memberikan manfaat edukatif seperti tentang peluang kerja dan inspirasi kreatif.

Kata kunci: Remaja, Gaya hidup, Konsumtif, Budaya, Media Sosial

PENDAHULUAN

Masa remaja merupakan masa di mana anak-anak mengalami transisi ke masa dewasa. Pada masa ini, remaja akan mengalami perubahan dan penyesuaian dengan dimulainya pergeseran dalam dirinya, yaitu nilai-nilai dan keyakinannya. Penyesuaian inilah yang membuat remaja dapat menuntut kebebasan serta haknya. Masa ini juga dinilai sulit menyelesaikan masalahnya sendiri karena pada masa anak-anak, sebagian masalah cenderung diselesaikan oleh orang tua. Pada masa yang sangat krusial ini, penting bagi orang tua untuk mendampingi remaja dalam setiap proses perubahan hidupnya.¹

Manusia merupakan makhluk ekonomi dengan keinginan yang diusahakan semaksimal mungkin dan bertindak secara rasional dalam teori ekonomi. Bentuk perilaku ekonomi merupakan bagian penting dalam kehidupan manusia. Kepuasan tertinggi adalah tujuan manusia dalam kehidupannya. Konsumsi di dalam dunia ekonomi bukan diartikan sebagai makan atau minum, melainkan sebagai memperoleh barang atau jasa. Barang atau jasa ini disebut kebutuhan untuk keberlangsungan hidup. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana media sosial, yaitu Instagram, mempengaruhi gaya hidup anak remaja dari sisi perilaku konsumtif anak remaja dengan hadirnya Instagram di media sosial.

Instagram dinilai efektif oleh beberapa hasil studi penelitian terdahulu yang dinilai sebagai tempat dengan informasi yang berupa visual, gambar, atau foto dengan sifat yang tak terbatas. Dengan menggunakan Instagram, para remaja akan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan hanya dengan melihat konten-konten singkat yang menarik. Dengan ini, para remaja dapat menggunakan fitur-fitur untuk mengikuti *trending topic* yang bersifat *real time*. Selain menjadi wadah informasi dalam menambah wawasan, Instagram juga menjadi wadah dalam hal fashion, komunikasi dan tempat jual beli barang maupun jasa.²

Paparan pada konten promosi, endorsement dan konten gaya hidup yang berulang dari para influencer dapat mempengaruhi generasi muda terhadap keputusan pembelian. Konteks ini

¹ Lisa Nor, Andriani, Olivia dan Aisyah, Siti Fitriani, "Jurnalisme Muda Bangkitkan Karya," <https://jurnalkampus.ulm.ac.id/2022/05/09/Budaya-Konsumtif-Di-Kalangan-Generasi-Muda/> (Accessed Januari 25, 2026).

² Bimo Mahendra, Marketing Communications, and Garda Perdana Security, *Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram*, *Jurnal Visi Komunikasi*, vol. 16, 2017, www.frans.co.id.

mengacu pada perilaku konsumtif yang tidak didasari oleh kebutuhan nyata, akan tetapi pada keinginan individu yang menyesuaikan diri dengan tren dan pencitraan sosial yang dibagikan di media sosial. Faktor kontrol diri menjadi peran penting dalam menguasai diri untuk berpikir rasional dalam membeli sesuatu yang dibutuhkan, hal ini remaja dapat menghadapi godaan konsumsi yang hadir secara visual dan emosional di Instagram³

Paparan konten-konten promosi yang terus-menerus akan mengakibatkan remaja hanya berfokus pada gaya hidup yang tidak akan berakhir sepanjang masa, padahal remaja sebenarnya hanya menggunakan waktunya untuk hal konsentrasi dan fokus pada urusan belajar dan pengembangan potensi diri dengan melakukan kegiatan produktif dan positif. Selain itu karena adanya media sosial, para pengguna akan terpengaruh pada perilaku sosial yang mana media sosial dapat mengurangi interaksi sosial tatap muka dan beralih menjadi berinteraksi secara *online*⁴

Penelitian terdahulu mengatakan bahwa Instagram menjadi wadah para remaja dalam mengikuti tren para *influencer*. Penggunaan media sosial Instagram akan mempengaruhi perilaku konsumtif bagi remaja apabila mengikuti dorongan keinginan yang berlebihan tanpa memperhitungkan kembali kebutuhannya. Penelitian tersebut memberikan saran agar para remaja menyusun skala prioritas dan mempertimbangkan kriteria produk yang ingin dibeli. Namun, penelitian ini belum mencakup fitur Reels dan lokasi penelitian yang masih terbatas pada kalangan remaja. Penelitian ini memiliki kebaruan dalam metodologis yang memiliki pengukuran intensitas paparan algoritma Instagram pada pola konsumsi yang bersifat spesifik⁵.

Media sosial bersifat bebas dan terbuka dalam memberikan informasi dengan cepat, mengajak orang-orang untuk berpartisipasi. Media sosial mempunyai pengaruh besar dalam kehidupan seseorang, khususnya anak remaja. Kalangan remaja menjadikan media sosial sebagai tempat memposting kegiatan sehari-hari seperti gaya hidup mereka yang mengikuti arus zaman. Semakin aktif anak remaja di media sosial dianggap keren dan gaul, sedangkan remaja yang tidak mempunyai media sosial biasanya dianggap kuno atau ketinggalan zaman dan kurang bergaul⁶.

Di dalam media sosial ada istilah algoritma yang diartikan sebagai cara atau tahapan yang

³ Syafira Maulida, Rendika Vhalery, and Dona Fitria, Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Karang Taruna Rw 06 Kelurahan Bojongbaru, vol. 01, 2024.

⁴ Keysha Kayla, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja," Kompasiana, last modified 2023, accessed March 31, 2026, https://www.kompasiana.com/keyshakayla9494/653dc163edff760eea25bf52/pengaruh-media-sosial-terhadap-perilaku-remaja?lgn_method=google&google_btn=onetap (accessed Maret 13, 2026).

⁵ Novitasari, Ni Made Novi Suryanti, and Masyhuri, Media Sosial Instagram Dan Budaya Konsumtif Remaja Di Sman 7 Mataram, 2023.

⁶ Putri and Wilga Secsio Ratsja, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja," Jurnal UNPAD (2016).

diatur secara sistematis dalam menyelesaikan suatu kegiatan. Adanya peran yang dominan dari algoritma dalam media sosial yang bekerja untuk mengatur dan menyesuaikan minat para pengguna media sosial. Algoritma bekerja untuk melihat bagaimana pemrograman dalam media sosial mempengaruhi pola konsumsi konten pengguna yang bertujuan untuk menganalisis peran algoritma pemrograman dalam membentuk pola konsumsi di media sosial.

Perilaku konsumtif memiliki karakteristik dan aspek pendukung sehingga menjadi budaya di kalangan remaja saat ini. Maka, peneliti ingin meneliti serta melihat bagaimana media sosial, yaitu Instagram, mempengaruhi gaya hidup anak remaja dari sisi perilaku konsumtif anak remaja dengan hadirnya Instagram di media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif dilakukan dengan hasil data yang bersifat deskriptif yang bersumber dari hasil pengamatan yang berupa penelitian tertulis, lisan, atau perilaku dari subjek penelitian⁷. Penelitian ini merupakan suatu metode tentang Gambaran data maupun subjek dan objek. Penelitian ini kemudian dianalisis dan dibandingkan berdasarkan realitas saat ini dan selanjutnya mencoba untuk memberikan solusi dan informasi yang akurat. Subjek penelitian adalah informan yang dapat memberikan informasi mengenai kondisi penelitian dan situasi, sedangkan objek penelitian adalah sasaran dalam penelitian untuk memperoleh solusi atau jawaban atas konflik atau permasalahan yang terjadi dan sedang dikaji oleh peneliti. Objek penelitian berupa media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dari hasil wawancara, studi literatur dan kajian artikel dari penelitian terdahulu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Peran Instagram Dalam Terbentuknya Gaya Hidup Remaja

Pertumbuhan remaja merupakan suatu perubahan diri secara fisik maupun nonfisik yang membentuk sebuah keunikan diri dan dipahami sebagai pengembangan diri, termasuk eksistensi sebagai aktualisasi diri. Eksistensi terbentuk pada saat remaja sebagai jati diri di era seperti sekarang yang penuh kompetisi dan saling menunjukkan potensi masing-masing. Hal ini yang dinamakan *personal branding*, yang mana hal ini begitu umum di era digital seperti sekarang. Internet menjadi tempat dalam memilih sesuai

⁷ Marinu Waruwu, *Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan Dan Peran Di Bidang Pendidikan*, 2024, <https://afeksi.id/jurnal/index.php/afeksi/>.

kebutuhan dan keinginan penggunanya⁸. Realitas dalam dunia virtual akan mempengaruhi pengguna dalam menggunakan ruang seluas-luasnya dengan memperbanyak jaringan dan relasi serta tempat untuk menunjukkan identitas mereka.

Eksistensi dalam dunia remaja menjadi simbol bahwa seorang remaja mudah bergaul dan memiliki koneksi. Mereka merasakan perbedaan yang signifikan antara media sosial dan dunia nyata. Media sosial seperti Instagram berperan dalam membantu mendapatkan eksistensi diri dalam lingkungan pertemanan. Aplikasi Instagram membantu mereka dalam mencari informasi, baik tentang teman, gaya hidup, atau yang lainnya⁹. Remaja merupakan usia yang masih labil dalam menentukan semua hal tentang mereka termasuk gaya hidup. Mereka akan mudah mengikuti apa yang mereka lihat di media sosial Instagram.

Salah satu penelitian mengungkapkan bahwa seseorang yang menggunakan media sosial melalui Instagram tidak bisa untuk tidak terpengaruh oleh gaya hidup yang disajikan dan susah untuk menghindari hal tersebut. Gaya hidup di Instagram begitu menarik perhatian banyak orang dan menjadi tren, termasuk referensi dalam berpakaian dan gaya hidup lainnya. Jadi tidak heran jika Instagram menjadi pilihan utama dalam kehidupan sehari-hari¹⁰. Sebagai pengguna Instagram, kita dituntut untuk selalu mengikuti gaya hidup yang ditampilkan oleh media tersebut. Dan sulit dihindari karena telah menjadi bagian dari hidup kita, termasuk budaya konsumtif remaja.

“Saya menggunakan Instagram untuk berkomunikasi dengan teman dan keluarga, mengikuti berita terkini serta menemukan aspirasi dalam berbagai bidang seperti fashion, kuliner dan travelling. Selain itu saya juga membagikan momen-momen penting dalam hidup saya”. Wawancara narasumber Erna Sulistiana. Dilanjut dengan wawancara narasumber Binti Nailil Muna (wawancara 04 September 2025) *“Menggunakan Instagram untuk berbagai moment sehari-hari, mengikuti akun favorit, mencari aspirasi yang menarik serta berkomunikasi dengan teman melalui DM (Direct Massage)”*. Dari kedua narasumber, peran Instagram untuk pengguna juga beragam, tergantung bagaimana pengguna tersebut menggunakannya, seperti mencari aspirasi gaya hidup, bertukar pesan, dan menggunakan sesuai fungsi dan oposisi kebutuhan dengan baik.

Selain faktor konsep diri dan gaya hidup, Instagram mempengaruhi para penggunanya dalam perilaku konsumtif. Hal ini terjadi karena media sosial Instagram menjadi platform

⁸ Ascharisa Mettasatya Afrilia, *Personal Branding Remaja Di Era Digital*, *Jurnal Komunikasi*, vol. 11, 2018.

⁹ Bimo Mahendra, Marketing Communications, and Garda Perdana Security, *Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram*, *Jurnal Visi Komunikasi*, vol. 16, 2017, www.frans.co.id.

¹⁰ Fitri Khoiriyyah Nissa and Muhammad Willy Indriana, “Pengaruh Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Nusantara.,” *Jurnal UNINUS* (2022).

favorit para remaja. Dengan menghabiskan waktu di situs media sosial seperti Instagram untuk melihat tren baru, tempat nongkrong dan lain sebagainya. Faktor internal dari perilaku konsumtif adalah konsep diri. Setiap individu memiliki kepribadian yang dapat mempengaruhi perilaku pembelian yang menyebabkan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif pada remaja terjadi karena mereka belum sepenuhnya memahami akan prioritas kebutuhan, dengan ini semakin tinggi konsep diri maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif pada remaja¹¹.

Aplikasi Instagram memiliki fitur-fitur seperti iklan, *Reels*, postingan, *live*, *stories* dan lain-lain. Sebagaimana intensitas dapat melihat media dan mencoba mencari tahu data dari pengguna dalam menggunakan media, penelitian ini adalah Instagram, frekuensi, maupun durasi penggunaan. Maksud frekuensi adalah seberapa sering remaja terkena terpaan iklan, sedangkan durasi adalah seberapa lama terkena terpaan iklan. Asumsinya semakin lama dan sering remaja terkena terpaan iklan di media maka kemungkinan seseorang mendapat pengaruh dari iklan adalah timbulnya perhatian atau atensi terhadap media dalam hal ini adalah perilaku konsumtif¹².

Selain itu, FOMO (Fear of Missing Out) menjadi salah satu penyebab dari budaya konsumtif yang dialami oleh remaja saat ini. Hal ini terjadi karena penggunaan media sosial yang menghasilkan ketakutan seseorang dalam mengikuti tren-tren sesuai zamannya. Fenomena ini dapat memberikan efek buruk bagi remaja. FOMO bersala dari pengulangan kebiasaan yang dilakukan hingga muncul rasa bergantung pada informasi yang ada di media sosial dan menjadi masalah dalam ranah sosial budaya di kalangan remaja¹³.

b. Budaya Konsumtif Di Kalangan Remaja

Konsumtif merupakan suatu perilaku dan gaya hidup tanpa pertimbangan yang matang dalam membelanjakan dan menghabiskan uang¹⁴. Pengaruh perkembangan teknologi telah mempengaruhi perubahan sosial pada kalangan remaja. Gaya hidup konsumtif pada remaja didasari oleh tren-tren yang saat ini digemari dan dijadikan sebagai acuan untuk gaya hidup. Para remaja merasa senang dan puas serta cenderung

¹¹ Lestari, Nova Titin, and Moh Faizin, "Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun," *NIQOSYA: Journal of Economics and Business Research* 13, no. 2 (2019).

¹² Nia Sapma Apriliana and Endhar Priyo Utomo, "Pengaruh Intensitas Melihat Iklan Di Instagram Terhadap Pengetahuan Dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri," *Jurnal Komunikasi* 13, no. 2 (April 25, 2019): 179–190.

¹³ Aisyah Ummi Fari'ha, "Fenomena FOMO (Fear Of Missing Out) Sebagai Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Pembelian Mixue Di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya," *Digilib UINSA*, (2023).

¹⁴ Lisa Nor, Andriani, Olivia dan Aisyah, Siti Fitriani, "Jurnalis Muda Bangkitkan Karya," <https://jurnalkampus.ulm.ac.id/2022/05/09/Budaya-Konsumtif-Di-Kalangan-Generasi-Muda/> (Accessed Januari 25, 2026).

mengapresiasi diri mereka sendiri secara berlebihan. Mengikuti tren seperti fashion yang selalu mengikuti perkembangan zaman, gadget yang canggih serta membagikan history di Instagram mengenai tempat nongkrong hits yang dikunjungi atau tren-tren yang lainnya.

Media sosial Instagram menjadi media sosial favorit di kalangan remaja menurut sebuah survei. Di Instagram terdapat strategi untuk menarik minat para pengguna yang biasa disebut digital marketing berupa konten, *story*, dan *reels* yang dibalut secara menarik. Mempromosikan sebuah produk atau jasa di Instagram, atau dikenal dengan *endorse*, merupakan teknik pemasaran dengan cara menggunakan pendekatan yang fleksibel dan mudah diterima oleh masyarakat, khususnya remaja¹⁵. Dari konten-konten, mestinya ada pembuat konten untuk menarik perhatian para viewers-nya. Pembuat konten marketing ini disebut dengan istilah influencer. “*Instagram memiliki pengaruh besar terhadap saya dalam memilih produk atau layanan dengan melihat review, rekomendasi dan konten visual dari influencer atau teman-teman membuat saya cenderung mencoba produk tertentu terutama dalam hal fashion dan tempat makan*” ujar narasumber Erna dan menurut narasumber Muna (wawancara 04 September 2025) “*Pengaruh Instagram sangat besar dalam hidup saya, karena penyajian konten-konten cukup relevan dan menarik, layanannya sendiripun juga cukup memuaskan*”

Kemunculan konten-konten yang dibuat dan diunggah *influencer* di Instagram mempengaruhi pandangan pengikutnya. Di kalangan remaja, representasi influencer yaitu cara pandang remaja sebagai model peran, sumber aspirasi dan penentu tren dalam gaya hidup setiap remaja. *Influencer* sering menampilkan promosi tentang gaya hidup hingga barang-barang dari berbagai macam merk yang dimiliki dan dikonsumsi¹⁶. *Influencer* yang banyak diikuti oleh kalangan remaja seperti Tasya Farasya, Fuji Utami, Rachel Vennya dan lain-lain. Mereka kerap menampilkan OOTD (Outfit of The Day), barang dari berbagai merk seperti tas, *tumbler*, dan masih banyak lagi yang banyak menarik perhatian dan minat remaja saat ini. Perilaku konsumsi remaja secara tidak langsung akan terpengaruh pada pembelian produk yang direkomendasikan dalam bentuk konten yang di *review* oleh *influencer*.

¹⁵ Jimmy Prawira Samudra et al., *Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Z*, KOMUNIKOLOGI: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial, vol. 5, 2021.

¹⁶ Triyas, Anggun Putri Adi, and Nanda Aulia Rahmawati, “Analisis Representasi Influencer Dalam Memunculkan Budaya Hiperrealitas Mahasiswa Terhadap Suatu Produk Melalui Konten Review,” Jurnal Penelitian Inovatif 4, no. 3 (2024).



Gambar 1. Konten *Influencer*
Sumber : Akun Instagram Rachel Vennya, 2025

Gambar di atas merupakan salah satu *influencer* terkenal yang memiliki pengikut hampir sembilan juta, yang sebagian besar pengikutnya merupakan anak remaja. Konten-konten menarik membuat perhatian pengikut; selain itu, juga karena popularitasnya. Dalam konten-kontennya, ia kerap kali membagikan tentang *review* produk *skincare* atau makeup, makanan, kesehariannya, bahkan juga kegiatannya sehari-hari di media sosialnya. Ia juga memiliki akun media sosial bukan hanya di Instagram, tetapi juga di media sosial lainnya seperti TikTok, Youtube, dan lain-lain yang pengikutnya tak kalah banyak. Menampilkan pakaian yang modis serta mengikuti tren-tren outfit saat ini dengan aksesoris yang senada sesuai dengan kebutuhan, dengan menyematkan keranjang kuning, akun brand dan juga link toko.

c. Dampak Menggunakan Instagram Sebagai Acuan Gaya Hidup

Menggunakan media sosial, khususnya Instagram, secara buruk dan tidak terkontrol juga menyebabkan seseorang mengalami tekanan sosial yang berlebihan. Tekanan sosial yang dialami remaja, seperti mengalami kecemasan dan kekhawatiran, memungkinkan mereka terbawa oleh kehidupan orang lain dan membandingkan diri mereka dengan apa yang mereka lihat di media sosial. Fenomena ini disebut dengan FOMO (*Fear of Missing Out*), yaitu fenomena kecemasan dan kekhawatiran pada dirinya akibat penggunaan media sosial yang tidak terkontrol secara intensif. FOMO pada remaja kan menyebabkan mereka haus validasi, merasa tidak puas dengan apa yang dimiliki, terpaksa mengikuti aktivitas yang tidak diminati, dan kehilangan rasa percaya diri. Tekanan sosial juga sangat dirasakan oleh orang yang tinggal di desa, bukan di kota, karena disebut kurang cocok dengan

keadaan di sana. *“Di instagram konten-konten yang di sajikan memiliki standart sosial atau gaya hidup yang terlalu hedon, sedangkan keadaan saya di pedesaan menurut saya kurang cocok”* (Muna, wawancara 4 September 2025)

Apabila media sosial digunakan dengan baik, maka ia juga memberikan manfaat seperti tempat edukasi bagi pelajar dan lowongan pekerjaan bagi pencari kerja. Mengontrol diri dapat menghindari fenomena FOMO saat ini, yang mana memiliki pemikiran untuk tidak mengikuti orang lain dan lebih baik menjadi diri sendiri. *“Saya tidak merasa tertekan sama sekali dengan tekanan sosial karena pada dasarnya ingin berjalan apa adanya sesuai gaya hidup dan kemampuan diri sendiri”* (Alfin, wawancara 3 September 2025). Jadi, semua tergantung pada pola pikir yang mampu mengontrol keinginan tanpa terbawa arus oleh lingkungan sekitar.

Teknologi semakin maju dan secara tidak langsung mengubah segala aspek seperti pengetahuan, pola pikir, dan gaya hidup. Namun juga memberikan dampak positif maupun negative bagi kehidupan sosial. Gaya hidup akan berubah mengikuti perkembangan zaman yang dihasilkan dari adaptasi manusia. Memilih gaya hidup juga hak setiap orang untuk menentukan pilihan masing-masing sesuai dengan fashion dan kondisi sosial lingkungan¹⁷. Namun, bijak dalam menggunakan media sosial juga penting untuk generasi muda karena memberikan dampak positif seperti memudahkan dalam mencari relasi dan koneksi, menemukan aspirasi dan edukasi yang menarik serta menambah pengetahuan yang lebih luas. *“Berusaha untuk tetap bijak dalam memilih apa yang benar-benar diinginkan dan dibutuhkan”*.

KESIMPULAN

Masa remaja merupakan masa di mana anak-anak mengalami transisi ke masa dewasa. Pada masa ini, remaja akan mengalami perubahan dan penyesuaian dengan dimulainya pergeseran dalam dirinya, yaitu nilai-nilai dan keyakinannya. Pertumbuhan remaja mengalami suatu perubahan diri secara fisik maupun nonfisik dan membentuk sebuah keunikan diri dan dipahami sebagai pengembangan diri, termasuk eksistensi sebagai aktualisasi diri. Instagram berfungsi sebagai acuan utama gaya hidup bagi remaja, di mana paparan konten influencer dan iklan mendorong budaya konsumtif melalui mekanisme imitasi visual dan aspirasional. Pemahaman budaya konsumtif digital di Indonesia, khususnya di kalangan remaja urban,

¹⁷ Firdaus W Suhaeb and Ashari Ismail, “Identitas Budaya Di Era Globalisasi,” *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)* 7, no. 3 (2023): 2598–9944.

dengan menyediakan kerangka kualitatif untuk menganalisis dampak platform visual seperti Instagram terhadap perilaku ekonomi generasi muda.

Perilaku konsumtif pada remaja terjadi karena mereka belum sepenuhnya memahami prioritas kebutuhan. Dengan semakin tingginya konsep diri, akan semakin tinggi perilaku konsumtif pada remaja. Diharapkan bagi pendidik dan orang tua untuk mengintegrasikan literasi media dalam kurikulum sekolah guna melawan narasi konsumtif, serta bagi pembuat kebijakan platform untuk mengatur algoritma yang mempromosikan konten aspirasional berlebih.

DAFTAR RUJUKAN

- Agustina Sinta Dewi, Agnes, Yustinus Windrawanto, Adhi Krisna Maria Agustin, and Universitas Kristen Satya Wacana. "Aspek-Aspek Perkembangan Remaja Yang Dipengaruhi Oleh Kelekatan Antara Orang Tua Dan Remaja." *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar* (June 2025).
- Fari'ha, Aisyah Umami. "Fenomena Fomo (Fear Of Missing Out) Sebagai Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Pembelian Mixue Di Kecamatan Gubeng Kota Surabaya." . *Digilib UINSA*, (2023).
- Firdaus, Nazla Hana. *Jurnal Lingkar Pembelajaran Inovatif Dampak Fomo Media Sosial Pada Kepercayaan Diri Remaja*, 2024.
- Fitriani, Lisa Nor, Andriani, Olivia dan Aisyah, Siti. "Jurnalis Muda Bangkitkan Karya." <https://jurnalkampus.ulm.ac.id/2022/05/09/Budaya-Konsumtif-Di-Kalangan-Generasi-Muda/> (Accessed Januari 25, 2026).
- Hakim, Haikal Ibnu, Grusca, Maura, and Ivana dan Irwansyah Polin. "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Kalangan Generasi Z." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 10, no. 24.2 (2024).
- Ilyas, Rahmat, Mahasiswa Program, Doktor Uin, Sumatera Utara, Dosen Jurusan Syariah, Ekonomi Islam, Stain Syaikh, Abdurrahman Siddik, and Bangka Belitung. *Etika Konsumsi Dan Kesejahteraan Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, 2016.
- Kayla, Keysha. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja ." *Kompasiana*. . Last modified 2023. Accessed March 31, 2026. https://www.kompasiana.com/keyshakayla9494/653dc163edff760eea25bf52/pengaruh-media-sosial-terhadap-perilaku-remaja?lgn_method=google&google_btn=onetap (accessed Maret 13, 2026).

- Lestari, Nova Titin, and Moh Faizin. "Pengaruh Konsep Diri, Gaya Hidup Dan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Muslim Di Madiun." *NIQOSYA: Journal of Economics and Business Research* 13, no. 2 (2019).
- Mahendra, Bimo, Marketing Communications, and Garda Perdana Security. *Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instgram. Jurnal Visi Komunikasi*. Vol. 16, 2017. www.frans.co.id.
- Maulida, Syafira, Rendika Vhalery, and Dona Fitria. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Karang Taruna Rw 06 Kelurahan Bojongbaru*. Vol. 01, 2024.
- Mettasatya Afrilia, Ascharisa. *Personal Branding Remaja Di Era Digital. Jurnal Komunikasi*. Vol. 11, 2018.
- Nissa, Fitri Khoiriyah, and Muhammad Willy Indriana. "Pengaruh Instagram Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Nusantara." *Jurnal UNINUS* (2022).
- Novitasari, Ni Made Novi Suryanti, and Masyhuri. *Media Sosial Instagram Dan Budaya Konsumtif Remaja Di Sman 7 Mataram*, 2023.
- Prawira Samudra, Jimmy, Wisely Liang, Sei Ladi, Jalan Gajah Mada, Baloi Permai, and Kepulauan Riau. *Pengaruh Endorsement Influencer Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Z. KOMUNIKOLOGI: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*. Vol. 5, 2021.
- Putri, and Wilga Secsio Ratsja. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja." *Jurnal UNPAD* (2016).
- Sapma Apriliana, Nia, and Endhar Priyo Utomo. "Pengaruh Intensitas Melihat Iklan Di Instagram Terhadap Pengetahuan Dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri." *Jurnal Komunikasi* 13, no. 2 (April 25, 2019): 179–190
<https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art5>.
- Suhaeb, Firdaus W, and Ashari Ismail. "Identitas Budaya Di Era Globalisasi." *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP)* 7, no. 3 (2023): 2598–9944
<https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.5240/http>.
- Triyas, Anggun Putri Adi, and Nanda Aulia Rahmawati. "Analisis Representasi Influencer Dalam Memunculkan Budaya Hiperrealitas Mahasiswa Terhadap Suatu Produk Melalui Konten Review." *Jurnal Penelitian Inovatif* 4, no. 3 (2024).
- Waruwu, Marinu. *Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan Dan Peran Di Bidang Pendidikan*, 2024. <https://afeksi.id/jurnal/index.php/afeksi/>.