

# Identitas Virtual Gaya Hedon Mahasiswa di Media Sosial

Elsa Anggita Wardani<sup>1</sup>, Prihatin Dwi Santoro<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Department of Psychology and Humaniora, Universitas Muhammadiyah Magelang, Indonesia

✉ [Elsawardani980@gmail.com](mailto:Elsawardani980@gmail.com)

## Abstrak

Penelitian ini berfokus pada mahasiswa yang terjebak dalam gaya hedon di media sosial. Permasalahan utama mengenai gaya hidup yang hedon dipamerkan di media sosial yang tidak sesuai dengan kehidupan nyata. Kata "Gaya Elit Ekonomi Sulit" sering terucap oleh netizen yang mengetahui kehidupan nyata. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara dan pengamatan (observasi) pada objek yang dituju. Peneliti menyerahkan sepenuhnya narasumber untuk memaparkan jawaban yang diberikan terkait pertanyaan-pertanyaan yang diajukan sebagai bahan data penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hedon mahasiswa diunggah di media sosial namun tak sesuai dengan kehidupan nyata. Kebanyakan mahasiswa saat ini lebih mengutamakan penampilan agar terlihat mewah dan menggunakan brand-brand ternama sebagai ajang pamer dan menjadi pusat perhatian. Maka dari itu penelitian ini dilakukan guna untuk mencari informasi secara tepat dan akurat. Nama anonim yang digunakan di media sosial membuat seseorang yang tidak mengetahui kehidupan aslinya dan orang lain mudah terbohongi atas ke tidak benaran kehidupan sehari-hari.

**Kata Kunci:** Identitas Virtual, Style Hedon, Media Sosial

## Abstract

The study focused on college students who are caught up in a hedonistic style on social media. The main issue regarding a hedonistic lifestyle is flaunted on social media that does not fit into real life. The word "Difficult Economic Elite Style" is often spoken by netizens who know real life. This research uses qualitative methods with data collection techniques in the form of interviews and observations (observations) on the intended object. The researcher fully submits the resource person to explain the answers given regarding the questions asked as research data material. The results showed that students' hedonistic styles were uploaded on social media but did not match real life. Today's students prioritize appearance to look luxurious and use well-known brands as a place to show off and become the center of attention. Therefore, this research was conducted in order to find information precisely and accurately. Anonymous names used on social media make it easy for someone who doesn't know their real life and others to lie about the untruthfulness of daily life.

**Keywords:** *Identitas Virtual; Hedon Style, Social Media*

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi saat ini banyak digunakan oleh para mahasiswa atau kaum remaja untuk bermain sosial media. Banyak fitur aplikasi yang dapat memudahkan pengguna media sosial untuk mengakses berbagai informasi dan memperlihatkan aktivitas pengguna. Media sosial menembus batas dimensi kehidupan pengguna dalam hal waktu dan ruang yang dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. Penelitian ini melihat perilaku dan gaya hidup hedonisme pada identitas virtual di media

sosial. Mahasiswa dalam tahapan ini memiliki rasa ingin tahu yang tinggi maka mudah menggunakan media sosial yang paling *up to date*.

Perkembangan media sosial mendorong individu untuk cenderung menunjukan dirinya dengan cara *center of attention* atau pusat perhatian. Kemudahan mengekspose kegiatan individu contohnya instragram yang memiliki fasilitas berbagi cerita kegiatanyang sedang dilakukan baik berupa video atau gambar mudah untuk diperlihatkan dan dilihat banyak orang. Tidak sedikit mahasiswa yang hampir setiap hari menunggah video atau gambar kegiatannya seperti sedang nongkrong di cafe, berbelanja, atau sedang mengerjakan tugasnya sebagai salah satu indikator gaya hidup hedonisme. Mahasiswa cenderung memiliki gaya hidup hedon agar tidak terlihat ketinggalan zaman atau *kids zaman old*.

Tingkat kebutuhan semakin tinggi membuat mahasiswa saat ini banyak menggunakan aplikasi pinjol (pinjaman online) untuk memenuhi kebutuhan dan gaya hidup agar terlihat mewah. Terlibat hal tersebut banyak mahasiswa menyalahgunakan hal tersebut dengan foya-foya berlebihan tanpa memikirkan resiko yang akan dialami selanjutnya. Rasa ketergantungan terhadap dunia fashion yang selalu berubah-ubah, membuat sebagian masyarakat menjadi hedon dan termotivasi untuk selalu memperbaharui gaya fashion sehari-hari dengan melakukan pembelian yang tidak terencana sebelumnya. Banyak faktor yang dapat membuat konsumen melakukan pembelian tidak terencana atau *impulse buying* di *online shop*. (Sampurno, 2016)

Aktualisme agar tidak ketinggalan zaman yang berfoya-foya sejatinya mereka juga menggunakan uang pemberian orang tua, yang seharusnya bermanfaat dan digunakan dengan baik menjadi tak teratur. Bergaya tidak sesuai dengan kehidupan nyata menjadi bahan pembicaraan orang lain. Saat ini banyak akun media sosial tidak sesuai dengan nama aslinya. Nama asli diubah dengan nama samaran yang nantinya banyak orang lebih mengenal nama samaran ketimbang nama aslinya.

Hal tersebut membuat identitas imajinatif para pengguna media sosial berbeda dengan dunia nyata. Terdapat tiga tipe identitas dalam berinteraksi di internet, yakni *real-life identity*, *pseudonymity* dan *anonymity*. Identitas pertama menunjukan siapa sebenarnya individu itu. Pada *pseudonymity*, identitas asli mulai kabur dan bahkan menjadi palsu, meski dalam beberapa hal ada representasi yang bisa menunjukkan identitas asli seseorang. Terakhir, *anonymity* atau anonim merupakan bentuk baru identitas yang benar-benar terpisah dan tidak bisa dirujuk kepada siapa identitas itu dimiliki (Idaman & Kencana, 2021).

## Literatur Review

Penelitian ini disusun oleh Dhiyah Izzatul Zayyan, Abd. Majid Zelfia dengan judul "Representasi Gaya Hidup Hedonisme Generasi Milenial Dalam Media Sosial Instagram". Dalam artikel tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data, observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung

peristiwa atau kejadian melalui cara yang sistematis, wawancara upaya untuk memperoleh informasi dari narasumber, dokumentasi sebagai bahan referensi berbentuk tulisan, gambar, dan karya-karya monumental. Dari hasil penelitian dan pembahasan dalam artikel tersebut menemukan berbagai macam adanya permasalahan dalam media sosial gaya hidup hedonisme generasi milenial yang hanya untuk menarik perhatian orang-orang agar terlihat mewah di media Instagram. Generasi milenial hanya memikirkan kenikmatan dunia untuk memuaskan kesenangannya dengan mengikuti trend-trend bergaya ala barat yang beda jauh dari budaya kita. Media sosial Instagram digunakan untuk memperlihatkan kegiatan yang hedon seperti nongkrong di café, berbelanja, traveling, karena menanggapi media tersebut sebagai ajang pameran agar menjadi pusat perhatian. (Moshinsky, 1959)

Penelitian selanjutnya disusun oleh Elia Firda Mufidah<sup>1</sup>, Peppy Sisca Dwi Wulansari<sup>2</sup> dengan judul "Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Pascasarjana di Media Sosial". Artikel ini menggunakan metode kualitatif, hasil penelitian diperoleh melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh dalam penelitian ini bersumber dari informan yang berjumlah empat orang. Informan tersebut adalah mahasiswa dan mahasiswa pascasarjana bimbingan dan konseling Universitas Negeri Malang. Setiap individu berpotensi untuk bergaya hidup hedonisme. Gaya hidup hedonisme dipengaruhi oleh lingkungan mereka terutama lingkungan kerja. Selain itu untuk mahasiswa pascasarjana, gaya hidup hedonisme mereka dipengaruhi oleh tingkat stress dalam mengerjakan tugas karena sebagian dari mereka selain menjadi mahasiswa juga bekerja. Mereka mendukung gaya tersebut ketika keuangan yang cukup mendukung untuk melakukan hal tersebut. Media sosial memiliki unsur pengakuan gaya hidup dalam individu (Mufidah & Wulansari, 2018).

## Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang didukung dengan wawancara dan pengamatan secara langsung. Penelitian ini dengan mengumpulkan data dari hasil pengamatan yang diperoleh melalui media sosial. Data dan informasi yang didapatkan digunakan untuk sumber informasi yang valid dan peneliti melakukan wawancara dan pengamatan yang mendalam. Menurut Sugiyono (2014), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Syahwani, 2015).

Tahap pengumpulan data sebagai bentuk upaya cara menjelaskan dan menggambarkan fenomena atau permasalahan yang terjadi. Peneliti melakukan

wawancara sebagai data primer. Narasumber yang telah ditentukan berusia 20-22 tahun merupakan jawaban dari permasalahan yang sedang diteliti. Peneliti membiarkan sepenuhnya narasumber untuk memaparkan jawaban yang diberikan terkait pertanyaan-pertanyaan yang diajukan sebagai bahan data penelitian. Narasumber berasal dari Universitas Muammadiyah Magelang untuk mempermudah peneliti mendapatkan informasi dan data secara akurat.

Teknik pengamatan (observasi) dilakukan untuk mengamati objek yang dituju sehingga memudahkan peneliti dalam pengumpulan data. Pengamatan ini dilakukan pada media sosial milik objek yang dituju, supaya peneliti mudah dalam mencari informasi mengenai perilaku objek. Dengan menggunakan metode kualitatif dapat menggunakan analisis data dengan memperkaya informasi, mencari hubungan, membandingkan, menemukan pola dasar aslinya. Metode ini dapat menjawab permasalahan dalam penelitian yang memerlukan pemahaman secara mendalam mengenai objek yang diteliti.

## Hasil dan Pembahasan

Media sosial adalah media untuk interaksi sosial, menggunakan teknik komunikasi yang sangat mudah diakses. Media sosial kini sudah menjadi bagian kehidupan sehari-hari pengguna internet di Indonesia karena situs yang paling sering dikunjungi. Pengguna internet pada umumnya menggunakan waktu terbanyak online untuk berkomunikasi melalui media sosial, seperti *facebook*, *twitter*, *instagram* dan lain-lain (Sulthan & Istiyanto, 2019). Masing-masing media sosial tersebut mempunyai keunggulan khusus dalam menarik banyak pengguna media sosial yang mereka miliki. Media sosial memang menawarkan banyak kemudahan yang membuat mahasiswa betah berlama-lama berselancar di dunia maya (Melis, 2016).

Pada umumnya orang-orang menggunakan media sosial untuk saling sharing, mengentahui informasi terkini atau membagikan foto atau video dan saling berkomunikasi antar sesama dari teman dan kerabat. Dapat kita pahami mahasiswa di zaman sekarang banyak melakukan aktivitas diluar nalar untuk memuaskan kesenangan pribadinya dengan melakukan hal-hal buruk seperti main ke club malam, minum-minuman beralkohol, dan nongkrong sampai lupa waktu.

Maka dari itu penelitian ini dilakukan secara daring atau online terhadap narasumber dengan teknik wawancara. Hasil wawancara terhadap narasumber memaparkan jawaban mengenai fenomena tau permasalahan yang sedang diteliti. Untuk kuantitatif dan keabsahan data yang berhasil dikumpulkan, penelitian ini juga menggunakan teknik pengamatan (observasi) terhadap objek yang dituju.

Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan narasumber sebagai data yang akurat. Pertanyaan diajukan, seperti; apa sih gaya hedon itu?

*Narasumber AN: "Sikap orang suka menghabur-haburkan uang, berfoya-foya."*

*Narasumber PA: "Gaya hidup apa-apa harus mahal, soalnya hedon identik"*

*dengan mengharuskan diri sendiri untuk hidup mahal."Narasumber AR:"Menghaburkan uang secara over atau berlebihan, biaya pengeluaran tidak sesuai dengan penghasilan."*

Gaya hedon merupakan suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, lebih menghabiskan waktu di luar rumah, senang membeli barang-barang mahal dan selalu ingin menjadi pusat perhatian. Banyak sekali faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang mulai dari sikap, kepribadian, perspsi, kelas sosial, keluarga, dan budaya. Terkait pertanyaan apakah harus berbelanja brand brand ternama, narasumber memiliki mindset bahwa, ketika menggunakan brand ternama mereka lebih percaya diri.

*Narasumber AN:"Oh jelas karena untuk meningkatkan kepercayaan diri saya sekaligus untuk pamer keteman-teman saya, brand yang sering saya beli Elizabeth, Charles & Keith kadang coach". Narasumber PA:"lebih milih brand, karena ada barang ada kualitas gitu ,jadi misal beli barang dari website resmi, aku mending kayak gitu dari pada KW".*

Setiap orang memiliki persepsi keinginan yang berbeda dalam mengambil suatu keputusan. Kebanyakan mahasiswa saat ini lebih mengutamakan penampilan agar terlihat mewah dan menggunakan brand-brand ternama sebagai ajang pamer dan menjadi pusat perhatian. Namun ada juga mahasiswa berpenampilan sederhana layaknya sebagai mahasiswa dan tidak berpenampilan nyentrik atau berlebihan. Bergaya sesuai kemampuan dan penghasilan yang diperoleh, merupakan suatu hal yang penting untuk dilakukan para mahasiswa untuk mengatur keuangan agar seimbang. Mahasiswa harus membedakan hal penting dan utama yaitu kebutuhan hidup. Perihal kebiasaan nongkrong di kafe, narasumber nongkrong di kafe karena untuk eksistensi.

*Narasumber AN:"Saya suka nongkrong, kebetulan suka nongkrong bersama teman teman saya di kafe ternama". Narasumber PA:"Lebih suka nongkrong di kafe, karena temanku banyak bisa nongkrong jajan juga, misal makan di restoran juga suka karena aku punya makanan favorit dari restoran tertentu".*

Pada saat mahasiswa nongkrong di kafe budget yang dikeluarkan Rp. 30.000 sampai Rp.100.000 atau lebih. Kebanyakan mahasiswa nongkrong di kafe untuk kebutuhan media sosial pribadinya agar terlihat mewah dan berkelas agar menjadi pusat perhatian, berbeda dengan mahasiswa yang sederhana yang memiliki jiwa sosial tinggi tidak menutamakan gengsi semata. Kaum hedonis ini pada umumnya beranggapan bahwa hidup ini hanya satu kali dan harus dinikmati dengan senikmat-nikmatnya dan sebebaskan tanpa batas. (Aswir & Misbah, 2018)

Pembahasan mengenai identitas virtual gaya hedon mahasiswa di media sosial yang dilakukan para mahasiswa zaman sekarang. Gaya elit yang diperlihatkan pada akun sosial media selalu menjadi bahan pembicaraan para *followers* yang mengetahui kehidupan nyata yang tak sesuai dengan unggahan pada media sosial pribadinya. Gaya

hedon di kalangan mahasiswa merubah banyak sikap, tindakan dan paradigma berpikir di kalangan mahasiswa dari yang akademis menjadi apatis, lebih cenderung menyukai hal-hal duniawi dan kurang memperhatikan efek negatifnya terhadap aktivitas perkuliahan.

Pengaruh dari arus globalisasi cenderung sangat sulit ditahan yang sebelumnya aktivitas perkuliahan mampu memberikan kesibukan kepada para mahasiswa menjadi minimnya waktu untuk terjebak terhadap perilaku menyimpang tersebut. Mahasiswa dalam tahapan ini memiliki rasa ingin tahu yang tinggi maka mudah menggunakan media sosial yang paling *up to date*. Kemudahan mengekspose kegiatan individu contohnya instragram yang memiliki fasilitas berbagi cerita kegiatan yang sedang dilakukan baik berupa video atau gambar mudah untuk diperlihatkan dan dilihat banyak orang. Banyak hal yang perlu dilakukan agar tidak terjebak dimasalah tersebut perlu mengontrol diri dan menahan hawa napsu dalam berkeinginan tanpa merugikan orang lain.

Menurut Chaplin (2006), kontrol diri adalah kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri dan kemampuan untuk menekankan atau merintangai impuls-impuls atau tingkah laku impulsif. menyatakan bahwa individu dengan kontrol diri yang rendah cenderung akan bersifat impulsif, tidak peka, bahkan bisa terlibat dalam tindakan kriminal (Fabiana Meijon Fadul, 2019). Selain itu, individu dengan kontrol diri rendah tidak pernah berpikir konsekuensi atas tindakan yang dilakukannya. Individu dengan kontrol diri yang tinggi memiliki kemampuan untuk menunda kepuasan atau kesenangannya pribadi. Jadi individu dengan kontrol diri tinggi akan mampu mengurangi untuk bergaya hidup hedonis, sebaliknya individu dengan kontrol diri rendah maka kemampuan mengontrol kepuasan dan kesenangan pribadi menjadi lemah sehingga akan bergaya hidup hedonis (Nur Azizah, Sri Indrawati, & Soedarto Tembalang Semarang, 2015).

Menguraikan identitas rangkaian empat tingkatan atau lapisan. *Personal layer, enactment layer, relational dan communal*. Pertama adalah tahapan *personal layer*, pada tahapan ini identitas tersebut terdiri dari perasaan serta ide tentang diri sendiri, siapa dan seperti apa remaja sebenarnya. Identitas virtual mahasiswa atau remaja pada tahapan ini terlihat pada *first account* dan *second account* yang mereka miliki. Kebanyakan wanita yang memiliki akun sosial media lebih dari satu.

Pada *enactment layer* atau pengetahuan orang lain tentang diri informan dapat dilihat dari *like* dan *comment* pengikut informan terhadap postingan yang ditampilkan. Image diri pada postingan merupakan simbol aspek mereka dan orang lain akan mendefinisikan dan memahami melalui penampilan tersebut. Tahap selanjutnya adalah *relasional*, identitas remaja dari tahapan enactment layer terbentuk karena interaksi yang mereka dapatkan dari fitur-fitur di instagram. Akun yang dimiliki merupakan representasi identitas diri. pada *first account* mereka tidak membatasi pertemanan (*open public*) sedangkan pada *second account* dibatasi dengan *fitur private*, sehingga yang bisa

melakukan interaksi hanya orang-orang yang mereka anggap percaya. Tidak semua orang secara bebas untuk memperoleh informasi dari akun kedua (Idaman & Kencana, 2021).

Dengan begitu mudahnya cara untuk mengakses media sosial, maka penggunaannya pun menjadi sangat banyak, bukan hanya dari kalangan orang dewasa melainkan merambah remaja bahkan anak-anak. Media Sosial Instagram dengan cepat meraih banyak pengguna. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto atau video. Selain itu juga Instagram juga telah digunakan untuk berbagi informasi baik itu ilmu pengetahuan umum hingga sampai pada kejadian yang sedang viral, disamping itu juga Instagram sebagai wadah transaksi online yang menawarkan barang dan jasa yang lebih dikenal dengan *online shop* (Wahyuni, Yohana, & Hidayat, 2022)

Manusia akan selalu berusaha dalam mempertahankan hidupnya dengan memenuhi semua kebutuhan mereka. Sebagai makhluk sosial manusia senantiasa menjaga hubungannya dengan manusia lain agar aktivitas kehidupannya berjalan sesuai apa yang diinginkannya. Sementara sebagai makhluk ekonomi manusia selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan berbagai cara. Menjaga keseimbangan hidup manusia adalah merupakan kunci utama untuk mencapai kesejahteraan dan kebahagiaan hidup bagi manusia, dengan pengertian bahwa konsepsi pendidikan tentang kehidupan, tidak saja mementingkan pencapaian kebahagiaan dunia semata-mata dengan segala kemewahan dan terpenuhinya segala kebutuhan duniawi, juga kehidupan ukhrawi (Rodrigo Garcia Motta, Angélica Link, Viviane Aparecida Bussolaro et al., 2021).

## Kesimpulan

Hasil dari pembahasan mengenai identitas virtual gaya hedon mahasiswa di media sosial. Pengaruh dari arus globalisasi cenderung sangat sulit ditahan yang sebelumnya aktivitas perkuliahan mampu memberikan kesibukan kepada para mahasiswa menjadi minimnya waktu untuk terjebak terhadap perilaku menyimpang, para narasumber memaparkan jawaban sesuai dengan kehidupan nyata. Hal yang perlu digaris bawahi mengenai gaya hedon mahasiswa zaman sekarang diunggah di media sosial milik pribadinya namun tak sesuai dengan kehidupan nyata dan hanya memikirkan kenikmatan dunia untuk memuaskan kesenangannya. Nama samaran yang digunakan di media sosial membuat seseorang yang tidak mengetahui kehidupan aslinya dan orang lain mudah terbohongi atas ketidakbenaran kehidupan sehari-hari. Kehidupan nyata tertutupi dengan postingan di sosial media dengan gaya elit tak sesuai dengan isi dompet menjadi buah cibiran netizen. Untuk menguraikan identitas terdapat empat rangkaian tingkatan atau lapisan yaitu *Personal layer*, *enactment layer*, *relational* dan *communal*. Kebanyakan mahasiswa saat ini melakukan hal tersebut tanpa memikirkan kebutuhan hidup dan penghasilan orang tua yang pas-pasan untuk memenuhi kebutuhannya. Perlunya dengan kontrol diri akan mampu mengurangi untuk bergaya hidup hedonis dan gaya yang berlebihan.

## Referensi

- Aswir, & Misbah, H. (2018). No Title. *Photosynthetica*, 2(1), 1–13.
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). No Title No Title No Title. 8–17.
- Idaman, N., & Kencana, W. H. (2021). Identitas Virtual Remaja Pada Media Sosial Instagram. *IKRATH HUMANIORA : Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(1), 1–9.
- Melis. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kepribadian Mahasiswa. *Mizan; Jurnal Ilmu Syariah, FAI Universitas Ibn Khaldun (UIKA) BOGOR Vol. 4 No. 2*, 4(2), 327– 336.
- Moshinsky, M. (1959). No Title *Nucl. Phys.*, 13(1), 104–116.
- Mufidah, E. F., & Wulansari, P. S. D. (2018). Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Pascasarjana di Media Sosial. *JKI (Jurnal Konseling Indonesia)*, 3(2), 33–36. <https://doi.org/10.21067/jki.v3i2.2468>
- Nur Azizah, F., Sri Indrawati, E., & Soedarto Tembalang Semarang, J. S. (2015). Kontrol Diri Dan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Jurnal EMPATI*, 4(4), 156–162.
- Rodrigo Garcia Motta, Angélica Link, Viviane Aparecida Bussolaro, G. de N. J., Palmeira, G., Riet-Correa, F., Moojen, V., Roehe, P. M., Weiblen, R., ... Alfieri, A. A. (2021). No Title. In *Pesquisa Veterinaria Brasileira* (Vol. 26).
- Sampurno, T. P. & W. (2016). Pengaruh Motivasi Hedonis , Browsing dan Gaya Belanja terhadap Pembelian Impulsif pada Toko Online Shop (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 6(1), 255–270.
- Sulthan, M., & Istiyanto, S. B. (2019). Model Literasi Media Sosial Bagi Mahasiswa. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6), 1076. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.280>
- Syahwani, U. (2015). STRATEGI COOPERATIVE LEARNING MODEL JIGSAW DALAM PEMBELAJARAN IPS DI KELAS IX MTs NEGERI KETAPANG. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*.
- Wahyuni, N., Yohana, A., & Hidayat, R. M. (2022). Implikasi Media Sosial (Instagram) pada Gaya Hidup di Kota Banjarmasin. *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 108–122. <https://doi.org/10.35130/jrimk.v6i2.320>