

ABSTRACT

This research discusses and explores the phenomenon of *social climber* students in Bandung City on social media *Instagram*. *Social climber* is someone who tries to enter the social class or above to get recognition from others with the goal of being seen as rich. This problem often occurs in today's students, a hedonistic lifestyle that becomes their reference to make friends. The purpose of this research is to find out the *motives*, *meanings* and *actions* of students in doing *social climber* on Instagram. The method used in this research is descriptive qualitative then carried out intensively and in detail on the object of research. The results of the study show that the *motives*, *actions* and *meanings* experienced by *social climber* students are related to past, present and future experiences. This is what creates a desire in students to do *social climber*. Based on the results of this study, *social climber* is a secondary human need that can change depending on the era or someone's desire to change their lifestyle.

Keywords: *Social Climber, Lifestyle, Instagram, Personal Branding, Phenomenon and Social Status.*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas dan mengeksplorasi fenomena mahasiswa *social climber* di Kota Bandung pada media sosial instagram. *Social climber* adalah seseorang yang berusaha masuk pada kelas sosial menengah ke atas untuk mendapat pengakuan dari orang lain dengan goals agar dilihat sebagai orang kaya. Masalah inilah yang sering terjadi pada mahasiswa saat ini, gaya hidup hedonis yang menjadi acuan mereka untuk mendapatkan teman. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motif, makna dan tindakan para mahasiswa dalam melakukan *social climber* di *instagram*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif kemudian dilakukan secara intensif dan terperinci terhadap objek penelitian. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa motif, tindakan dan makna yang dialami oleh mahasiswa *social climber* memiliki kaitan dengan pengalaman masa lalu, masa sekarang dan masa yang akan datang. Hal inilah yang menimbulkan hasrat pada mahasiswa untuk melakukan *social climber*. Berdasarkan hasil dari penelitian ini bahwa *social climber* merupakan kebutuhan sekunder manusia yang dapat berubah tergantung zaman atau keinginan seseorang untuk mengubah gaya hidupnya.

Kata kunci: *Social Climber, Gaya Hidup, Instagram, Personal Branding, Fenomena, dan Status Sosial.*

RINGKASAN

Panalungtikan ieu ngabahas jeung ngaguar fenomena *social climber* di Kota Bandung dina média sosial Instagram. A pendaki sosial nyaéta jalmi anu nyoba asup ka kelas sosial menengah luhur pikeun meunangkeun pangakuan ti jalmi séjén kalawan tujuan katempona beunghar. Ieu masalah anu mindeng lumangsung di kalangan siswa kiwari, gaya hirup *hedonistic* maranéhanana jadi rujukan maranéhna pikeun nyieun babaturan. Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho motif, makna, jeung tindakan siswa dina *social climbing* dina Instagram. Méthode anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta déskriptif kualitatif tuluy dilaksanakeun sacara intensif tur jéntré kana objék panalungtikan. Hasil panalungtikan némbongkeun yén motif, tindakan, jeung ma'na nu kaalaman ku siswa *social climber* patali jeung pangalaman baheula, ayeuna jeung nu bakal datang. Ieu anu nyiptakeun kahayang siswa pikeun jadi pendaki sosial. Dumasar kana hasil panalungtikan, *social climbing* mangrupa kabutuhan sekunder manusa anu bisa robah gumantung kana jaman atawa kahayang jalmi pikeun ngarobah gaya hirupna.

Kata Kunci: *Social Climber, Gaya Hirup, Instagram, Personal Branding, Fenomena jeung Status Sosial.*