

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan sosial dan teknologi yang semakin pesat secara signifikan mengubah pola hidup generasi muda, khususnya mahasiswa sebagai kelompok yang paling intensif dalam mengadopsi teknologi digital. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube sering kali menampilkan gambaran kehidupan yang glamor, populer, dan penuh kesenangan seolah mudah dicapai, sehingga memicu dorongan untuk meniru gaya hidup tersebut (Ritonga dkk, 2025). Kehidupan mahasiswa masa kini tidak dapat terlepas dari pengaruh media sosial, gaya hidup modern yang menekankan kenyamanan, kesenangan, dan estetika, serta kebutuhan untuk diakui oleh lingkungan sebayanya yang semakin beragam dan kompetitif.

Gaya hidup (*lifestyle*) pada dasarnya menggambarkan cara seseorang menjalani kehidupannya sehari-hari, yang tercermin dari bagaimana individu mengalokasikan waktu, uang, dan sumber daya yang dimiliki (Engel dkk., 1995). Salah satu bentuk gaya hidup yang semakin berkembang di kalangan mahasiswa adalah gaya hidup yang berorientasi pada pemenuhan kesenangan dan pengalaman konsumsi, seiring meningkatnya pengaruh media sosial, budaya konsumsi modern, serta kebutuhan untuk memperoleh pengakuan sosial. Orientasi terhadap kesenangan dalam gaya hidup tersebut dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk perilaku, salah satunya melalui aktivitas konsumsi. Pola konsumsi mahasiswa saat ini tidak lagi hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan fungsional, tetapi juga

diarahkan pada pencarian kepuasan emosional, kenyamanan, dan pengalaman yang menyenangkan melalui aktivitas konsumsi (Hidayat dkk., 2025). Barang yang dikonsumsi tidak hanya dipandang dari manfaatnya, melainkan juga dari nilai simbolik dan citra diri yang ditampilkan melalui penggunaannya (Nurnayla dkk., 2025).

Orientasi terhadap kesenangan dalam gaya hidup tersebut dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk perilaku, salah satunya melalui aktivitas konsumsi. Fenomena ini dapat dipahami melalui konsep *hedonic consumption* yang dikemukakan oleh Hirschman & Holbrook (1982), yang menjelaskan bahwa perilaku konsumsi tidak semata-mata didorong oleh pertimbangan fungsional, melainkan juga oleh pengalaman emosional individu, seperti rasa senang, puas, dan nyaman, serta oleh nilai simbolik yang melekat pada suatu produk sebagai penanda status, citra diri, dan identitas sosial. Ketika aktivitas konsumsi individu lebih didominasi oleh pencarian kesenangan dibandingkan pemenuhan kebutuhan fungsional, perilaku tersebut menunjukkan bagaimana orientasi hedonis dapat diwujudkan dalam konteks konsumsi.

Gaya hidup hedonisme menunjukkan perkembangan yang signifikan di kalangan mahasiswa, tercermin dari besarnya alokasi pengeluaran untuk kepentingan gaya hidup seperti hiburan, fashion, dan gadget. Survei nasional YouGov Indonesia menunjukkan generasi Z cenderung mengalokasikan sebagian pengeluarannya untuk kebutuhan gaya hidup, dengan persentase sebesar 21% digunakan untuk produk kecantikan dan 20% untuk kebutuhan *fashion* (Antaraneews.com, 2025). Kondisi tersebut diperkuat oleh data Otoritas Jasa

Keuangan yang menyatakan bahwa sekitar 58% generasi Z menggunakan layanan pinjaman online untuk kebutuhan gaya hidup, bukan untuk kebutuhan produktif seperti pendidikan atau modal usaha, sehingga berisiko menimbulkan siklus hutang yang berkepanjangan di kalangan usia muda (Kompas.com, 2025).

Penelitian Ritonga & Adiati (2022) yang menelaah tentang “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis dan *Self-Esteem* terhadap Perilaku Konsumsi Remaja di Surabaya” menemukan bahwa sebagian besar partisipan berada pada tingkat gaya hidup hedonisme kategori sedang dengan persentase sebesar 64,6%. Penelitian oleh Sari dkk. (2024) yang berfokus pada penggambaran tingkat gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa melalui pendekatan studi kasus menemukan bahwa mahasiswa di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya berada pada tingkat hedonisme tinggi dengan persentase mencapai 84%. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme menjadi fenomena yang semakin nyata di kalangan mahasiswa.

Fenomena gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan tidak hanya ditemukan pada mahasiswa dengan kondisi ekonomi yang mapan, tetapi juga mulai tampak pada kelompok mahasiswa penerima bantuan pendidikan dan kelompok ekonomi rentan salah satunya penerima beasiswa KIPK. Program KIPK (Kartu Indonesia Pintar Kuliah) merupakan bantuan pemerintah bagi mahasiswa dari keluarga kurang mampu namun unggul secara akademik, dengan tujuan mengurangi kesenjangan akses pendidikan dan mendorong mobilitas sosial (Kemendikbudristek, 2025). Berdasarkan data Kementerian Keuangan (2025), jumlah penerima beasiswa KIPK mencapai 1.040.192 mahasiswa dengan total

anggaran sebesar Rp14,70 triliun. Idealnya, penerima beasiswa ini menggunakan bantuan dana untuk mendukung kegiatan akademik, seperti biaya kuliah, buku pelajaran, transportasi, dan kebutuhan belajar lainnya, sehingga dapat memaksimalkan manfaat jangka panjang dari program tersebut.

Kondisi di lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara tujuan ideal program dan realitas penggunaan dana bantuan. Kompasiana (2024) melaporkan maraknya perbincangan di media sosial X (Twitter) mengenai penerima KIPK yang dianggap tidak tepat sasaran dan justru menampilkan gaya hidup mewah, sehingga memicu perdebatan publik tentang integritas program. Liputan6 (2025) juga melaporkan adanya kasus mahasiswi penerima beasiswa KIPK di Universitas Sebelas Maret yang mengunggah foto di media sosial saat berpesta di klub malam dengan narasi penggunaan dana bantuan untuk berfoya-foya karena merasa tidak perlu membayar kuliah, sehingga pihak universitas memberikan sanksi berupa pencabutan beasiswa.

Berbeda dengan tujuan ideal tersebut, hasil penelitian Meiriza dkk. (2024) menunjukkan sebesar 41,96% mahasiswa penerima KIPK menunjukkan kecenderungan gaya hidup hedonisme dengan menggunakan dana bantuan untuk membeli barang mewah, membiayai aktivitas hiburan, atau memenuhi kebutuhan konsumtif lainnya sehingga tidak sepenuhnya dimanfaatkan untuk kepentingan pendidikan. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa meskipun program KIPK dirancang untuk menunjang kebutuhan akademik, sebagian penerimanya tetap menunjukkan kecenderungan gaya hidup hedonisme dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian Diniyati dkk. (2024) mengenai “Pola Pengeluaran Penerima Beasiswa KIP Kuliah: Prioritas Penggunaan Dana Antara Kebutuhan Esensial dan Gaya Hidup” menemukan bahwa meskipun beasiswa KIPK membantu mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan pendidikan dan biaya hidup, masih ditemukan sebagian mahasiswa yang menggunakan dana bantuan untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup. Penelitian Natasya dkk. (2025) yang mengkaji “Perilaku Hedonisme pada Mahasiswa Bidikmisi Jurusan Dakwah dan Komunikasi Islam IAIN Datuk Laksemana Bengkalis” juga menunjukkan sebesar 59% mahasiswa penerima Bidikmisi cenderung memiliki gaya hidup hedonisme, di mana mahasiswa lebih mengutamakan pemenuhan kesenangan dan kepuasan pribadi. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa keterbatasan ekonomi dan status sebagai penerima bantuan pendidikan tidak serta-merta membuat mahasiswa terhindar dari kecenderungan gaya hidup hedonis.

Fenomena tersebut juga ditemukan pada mahasiswa penerima KIPK di Universitas Muhammadiyah Surabaya. Hasil observasi awal peneliti menemukan indikasi sebagian mahasiswa penerima KIPK menunjukkan pola kehidupan dan konsumsi yang berorientasi pada kesenangan. Hal ini terlihat dari penggunaan perangkat elektronik dengan nilai ekonomi relatif tinggi, bahkan kepemilikan lebih dari satu perangkat elektronik, aktivitas berbelanja di pusat perbelanjaan modern, dan perjalanan rekreasi yang dibagikan melalui media sosial.

Gambaran awal tersebut diperkuat melalui wawancara terhadap mahasiswa penerima KIPK. Dari tiga subjek yang diwawancarai pada tanggal 13 Desember 2025 dan 15 Januari 2026 di Universitas Muhammadiyah Surabaya, dua subjek

menunjukkan kecenderungan penggunaan dana bantuan di luar kebutuhan akademik. Salah satu subjek menyampaikan bahwa dana bantuan juga digunakan untuk membeli barang non-akademik, seperti hiburan dan koleksi pribadi, sebagaimana diungkapkan: “...*beli buku, buku di luar dari pelajaran, album K-pop sama photocard-photocard K-pop...*” (Subjek D). Selain itu, ditemukan pula kecenderungan mengikuti pola konsumsi bersama teman sebaya, khususnya dalam aktivitas rekreasi dan kuliner, sebagaimana disampaikan oleh subjek: “...*kalau untuk tempat makan atau kafe-kafe gitu, biasanya juga aku sama teman-teman sering datang ke sana buat cobain biar nggak ketinggalan viralnya...*” (Subjek D).

Temuan tersebut mengindikasikan adanya kecenderungan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa penerima KIPK yang ditandai dengan orientasi pada kesenangan serta kecenderungan menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial. Mahasiswa dengan keterbatasan finansial yang memperoleh bantuan pendidikan tetap mengadopsi gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan dan penyesuaian sosial. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kecenderungan gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan tidak semata-mata berkaitan dengan kondisi ekonomi, tetapi juga dapat berkaitan dengan faktor psikologis dan sosial, seperti harga diri dan pengaruh lingkungan sosial (Natalia & Purwasetiawatik, 2025).

Kotler & Armstrong (2018) menjelaskan hedonisme sebagai pola hidup yang berfokus pada pencarian kesenangan, yang diwujudkan melalui aktivitas menghabiskan waktu di luar rumah, menikmati hiburan, dan membeli barang mahal yang disukai. Islamy dkk. (2021) memandang gaya hidup hedonisme sebagai pandangan hidup individu yang menempatkan kesenangan dan kenikmatan materi

sebagai tujuan utama dalam kehidupan. Kotler (dalam Islamy dkk. 2021), menjelaskan bahwa gaya hidup hedonisme dipengaruhi faktor internal yang meliputi harga diri, konsep diri, sikap, dan kepribadian, serta faktor eksternal yang mencakup interaksi sosial, kelas sosial, dan kelompok referensi.

Kotler (dalam Islamy dkk., 2021) menjelaskan bahwa kelompok referensi merupakan salah satu faktor eksternal yang memengaruhi perilaku konsumen. Chen & Zhuang (2024) menyatakan kelompok referensi sebagai kelompok yang dijadikan individu sebagai acuan dalam menentukan perilaku pada situasi tertentu, kelompok referensi juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap dan perilaku individu, sehingga tekanan yang muncul dari kelompok tersebut dapat mendorong individu untuk menyesuaikan sikap maupun perilakunya dengan kelompok yang dijadikan acuan. Kondisi tersebut selaras dengan konsep konformitas dalam psikologi sosial yang didefinisikan oleh Baron & Byrne (2005) sebagai kecenderungan individu untuk mengubah sikap atau perilakunya agar sesuai dengan norma, harapan, atau tekanan kelompok. Dalam penelitian ini konformitas dipandang sebagai bentuk respons individu terhadap pengaruh kelompok referensi, yang selanjutnya berpotensi memengaruhi kecenderungan munculnya gaya hidup hedonisme.

Maslow (1970), dalam teori hierarki kebutuhan, menjelaskan bahwa kebutuhan harga diri (*esteem needs*) menempati tingkat keempat dalam struktur kebutuhan manusia, setelah kebutuhan fisiologis, kebutuhan akan rasa aman, serta kebutuhan akan kasih sayang. Pemenuhan kebutuhan harga diri menjadi landasan penting bagi individu untuk mengembangkan potensi diri dan mencapai

aktualisasi diri. Maslow (1970) menjelaskan kebutuhan harga diri mencakup dua aspek utama, yaitu penghargaan terhadap diri sendiri (*self-respect*) serta penghargaan dari orang lain (*respect from others*) mencakup status, *prestise*, dan pengakuan sosial dari lingkungan sekitar.

Harga diri (*self-esteem*) juga dijelaskan oleh Coopersmith (1967) sebagai evaluasi individu terhadap dirinya yang berkaitan dengan sikap menerima atau menolak diri, terbentuk melalui empat aspek utama, yaitu *significance* (keberartian diri), *virtue* (kebajikan moral), *power* (pengaruh dan kendali atas lingkungan), serta *competence* (kemampuan).

Rucker & Galinsky (2013) menunjukkan bahwa ketidaksesuaian antara diri ideal dan diri yang dirasakan dapat membuat individu kehilangan sumber daya psikologis seperti harga diri, sehingga individu cenderung menggunakan konsumsi kompensatoris sebagai sarana regulasi emosional yang berorientasi pada kesenangan dan makna simbolik. Pola konsumsi yang berorientasi pada kesenangan dan kepuasan tersebut sejalan dengan orientasi hedonisme yang menekankan pencarian kenikmatan dan pengalaman menyenangkan. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Fitry dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa semakin rendah harga diri seseorang, semakin tinggi kecenderungan mereka menjalani gaya hidup hedonisme, sehingga harga diri dapat dipahami sebagai faktor psikologis yang berperan dalam pembentukan pola konsumsi yang berorientasi pada kesenangan.

Sebagai bentuk respons terhadap pengaruh kelompok referensi, konformitas menjadi salah satu faktor sosial yang berperan dalam pembentukan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa. Konformitas yang bersifat negatif berpotensi

mendorong mahasiswa untuk mengadopsi pola hidup hedonisme (Arinda, 2021). Upaya untuk memperoleh penerimaan serta mempertahankan hubungan sosial yang positif dalam kelompok sebaya mendorong mahasiswa menyesuaikan sikap dan perilakunya dengan norma yang berlaku, termasuk dalam aspek gaya hidup dan perilaku konsumsi (Rahmayanty dkk., 2023). Sears dkk. (1985) mendefinisikan konformitas sebagai penyesuaian perilaku individu terhadap norma kelompok yang dipengaruhi oleh rasa takut terhadap penolakan sosial, tingkat kekompakan kelompok, serta keinginan untuk memperoleh penerimaan dan rasa aman secara emosional dalam lingkungan sosial.

Pentingnya konformitas dalam pembentukan gaya hidup hedonisme juga didukung oleh berbagai penelitian terdahulu. Arinda (2021) menemukan bahwa konformitas memiliki pengaruh positif terhadap gaya hidup hedonisme pada mahasiswa. Sejalan dengan penelitian Sari dan Nio (2024) yang juga menunjukkan bahwa konformitas teman sebaya memberikan kontribusi sebesar 85,1% terhadap gaya hidup hedonisme. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat konformitas individu terhadap kelompok sebayanya, semakin tinggi pula kecenderungan individu menjalani gaya hidup hedonisme.

Tinjauan literatur Meilani dan Tobing (2023), menjelaskan bahwa konformitas teman sebaya berdampak negatif ketika individu menyesuaikan perilakunya secara berlebihan demi memperoleh penerimaan kelompok, sehingga berpotensi mendorong perilaku gaya hidup hedonisme. Fenomena tersebut sejalan dengan penelitian Ritonga dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa gaya hidup hedonisme pada mahasiswa berkembang seiring dengan kuatnya pengaruh media

sosial dan lingkungan sosial yang membentuk orientasi pada kesenangan, citra diri, serta pengalaman instan.

Faktor psikologis, khususnya harga diri juga turut memengaruhi gaya hidup hedonisme pada mahasiswa. Penelitian Natalia dan Purwasetiawatik (2025) menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat harga diri yang lebih rendah cenderung mengadopsi gaya hidup hedonisme sebagai bentuk kompensasi psikologis untuk memperoleh pengakuan sosial. Temuan ini diperkuat oleh Rokhmatica & Muslikah (2024) yang menjelaskan bahwa harga diri berperan penting dalam pembentukan perilaku sosial, di mana tingkat *self-esteem* yang rendah dapat memicu mekanisme kompensasi, seperti perilaku konsumsi untuk memperoleh validasi diri.

Dalam konteks mahasiswa penerima bantuan pendidikan, penelitian Meiriza dkk. (2024) mendapatkan hasil bahwa program beasiswa KIPK memberikan kontribusi sebesar 24,2% terhadap kecenderungan perilaku hedonisme mahasiswa. Hisyam dkk. (2024) melaporkan temuan serupa pada penerima KIPK di perguruan tinggi lain juga memperlihatkan gaya hidup hedonisme meskipun berasal dari keluarga berpenghasilan rendah. Hasil-hasil ini memperlihatkan bahwa gaya hidup hedonis tidak hanya berkaitan dengan preferensi individu, tetapi juga merupakan respons terhadap kebutuhan psikologis dan tuntutan sosial di lingkungan mahasiswa.

Secara teoretis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian psikologi sosial dan psikologi kepribadian, khususnya dalam memahami dinamika faktor-faktor psikologis dan sosial yang melandasi pembentukan gaya hidup

hedonisme di kalangan mahasiswa. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi konseptual dengan mengintegrasikan peran harga diri (*self-esteem*) sebagai faktor internal dan konformitas sebagai faktor eksternal dalam menjelaskan kecenderungan gaya hidup hedonisme pada kelompok mahasiswa yang berada dalam konteks ekonomi rentan, yaitu penerima beasiswa Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIPK). Secara aplikatif, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perguruan tinggi dan pengelola program beasiswa KIPK dalam merumuskan dan mengembangkan kebijakan program serta proses seleksi penerima beasiswa agar lebih tepat sasaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan pemahaman bagi mahasiswa penerima KIPK mengenai pentingnya kesadaran diri dalam mengelola keuangan dan menghindari kecenderungan gaya hidup hedonisme.

Pendekatan tersebut diharapkan mampu membantu mahasiswa penerima beasiswa mengembangkan gaya hidup yang lebih adaptif, sehat, dan selaras dengan tujuan utama bantuan pendidikan. Berdasarkan fenomena empiris, kesenjangan antara tujuan ideal program beasiswa dan realitas gaya hidup sebagian penerima, serta temuan penelitian terdahulu yang relevan, maka penulis bermaksud untuk meneliti “Hubungan antara Harga Diri (*Self-Esteem*) dan Konformitas dengan Gaya Hidup Hedonisme pada Mahasiswa Penerima KIPK di Universitas Muhammadiyah Surabaya”, dengan harapan penelitian ini dapat berkontribusi dalam pengembangan kebijakan dan intervensi yang lebih holistik guna mendukung kesejahteraan psikologis dan keberlanjutan studi mahasiswa penerima beasiswa.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat hubungan antara harga diri (*self-esteem*) dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa penerima Beasiswa KIPK di Universitas Muhammadiyah Surabaya?
2. Apakah terdapat hubungan antara konformitas dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa penerima Beasiswa KIPK di Universitas Muhammadiyah Surabaya?
3. Apakah terdapat hubungan antara harga diri (*self-esteem*) dan konformitas secara bersama-sama dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa penerima Beasiswa KIPK di Universitas Muhammadiyah Surabaya?

## C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui hubungan antara harga diri (*self esteem*) dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa penerima beasiswa KIPK di Universitas Muhammadiyah Surabaya.
2. Untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa penerima beasiswa KIPK di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

3. Untuk mengetahui hubungan antara harga diri (*self-esteem*) dan konformitas secara simultan dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa penerima beasiswa KIPK di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu psikologi, khususnya dalam bidang psikologi sosial, dengan menelaah hubungan antara harga diri (*self-esteem*) dan konformitas terhadap gaya hidup hedonisme.
- b. Memperkuat landasan teoretis mengenai pengaruh faktor internal (harga diri) dan faktor eksternal (konformitas) dalam membentuk gaya hidup hedonisme pada mahasiswa.
- c. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengaitkan teori kebutuhan Maslow dan teori pengaruh sosial dengan fenomena gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa.

##### **2. Manfaat Aplikatif**

- a. Bagi pengelola program beasiswa Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIPK), penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam perumusan dan pengembangan kebijakan program agar pelaksanaannya lebih tepat sasaran bagi mahasiswa penerima beasiswa.
- b. Bagi perguruan tinggi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan dalam menyusun kriteria dan proses seleksi mahasiswa

penerima beasiswa Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIPK) agar lebih tepat sasaran dan sesuai dengan tujuan program.

- c. Bagi mahasiswa penerima beasiswa Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIPK), penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kesadaran diri dan kemampuan dalam mengelola keuangan pribadi, sehingga mampu menekan kecenderungan gaya hidup yang tidak rasional.

