

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Mahasiswa

1. Pengertian Mahasiswa

Mahasiswa merupakan individu yang terdaftar secara resmi pada suatu perguruan tinggi dan sedang menjalani proses pendidikan pada jenjang pendidikan tinggi. Secara yuridis, mahasiswa diposisikan sebagai anggota sivitas akademika yang memiliki kesadaran dalam mengembangkan potensi diri melalui proses pembelajaran dan penguasaan ilmu pengetahuan dan/atau teknologi (UU RI No.12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi, Pasal 13 ayat (1)-(2)).

Gafur (2015) menyatakan mahasiswa sebagai individu yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Mahasiswa merupakan gabungan dari kata *maha* yang berarti “tinggi/besar” dan *siswa* yang berarti “peserta didik”. Secara umum, mahasiswa merupakan individu yang resmi terdaftar pada institusi pendidikan tinggi, memiliki identitas akademik, diakui secara administratif oleh negara, serta diharapkan mampu belajar secara mandiri sesuai tahap kedewasaannya.

Dengan demikian, mahasiswa dapat disimpulkan sebagai individu yang terdaftar secara resmi di perguruan tinggi, diakui sebagai bagian dari sivitas akademika, serta dituntut untuk mengembangkan potensi intelektual, emosional, dan sosial secara mandiri sebagai bekal dalam menjalankan peran akademik maupun kehidupan bermasyarakat.

2. Tugas Perkembangan Mahasiswa

Menurut Hurlock (1999), mahasiswa termasuk dalam tahap perkembangan dewasa awal karena berada pada fase transisi dari ketergantungan menuju kemandirian, di mana individu dituntut untuk menyelesaikan berbagai tugas perkembangan sesuai harapan masyarakat. Tugas-tugas tersebut meliputi mencapai kemandirian emosional dan finansial melalui pekerjaan, membangun hubungan interpersonal yang matang, mempersiapkan kehidupan berkeluarga, menjalankan tanggung jawab sosial, serta mengembangkan sistem nilai dan identitas diri. Havighurst (dalam Angelian dkk., 2024) menyatakan hal serupa, bahwa tugas perkembangan pada masa dewasa awal turut mencakup upaya memulai karier dan membangun kehidupan berkeluarga.

Berdasarkan berbagai tugas perkembangan yang telah diuraikan, salah satu aspek yang paling relevan dengan konteks penelitian ini adalah kemandirian dalam hal karier dan penghasilan. Kenyataannya, tugas perkembangan tersebut pada umumnya belum tercapai oleh mahasiswa, termasuk mahasiswa penerima beasiswa KIPK, mengingat status mereka yang masih menjalani proses pendidikan dan belum memasuki dunia kerja secara penuh. Kondisi tersebut menyebabkan mahasiswa pada umumnya belum memiliki penghasilan atau sumber pendapatan sendiri, sehingga pemenuhan kebutuhan finansial sehari-hari masih bergantung pada sumber dana lain, seperti uang saku dari orang tua maupun dana bantuan pendidikan.

Mahasiswa penerima beasiswa KIPK secara khusus menjadikan dana bantuan yang diterima sebagai salah satu sumber utama pemenuhan kebutuhan finansial selama masa studi, mengingat belum tercapainya kemandirian secara finansial melalui pekerjaan atau karier. Kondisi tersebut menjadi perhatian dalam penelitian ini karena dana bantuan yang seharusnya diprioritaskan untuk kebutuhan pendidikan justru turut digunakan untuk memenuhi gaya hidup hedonisme. Penggunaan dana tersebut berpotensi menyimpang dari tujuan utama pemberian beasiswa.

3. Ciri-Ciri Mahasiswa

Sihombing (2020) menjelaskan bahwa mahasiswa memiliki beberapa ciri utama, antara lain sebagai berikut:

- a. Memiliki wawasan luas, yaitu kemampuan memahami realitas sosial dan lingkungan sekitar, tidak terbatas pada pengetahuan akademik yang diperoleh di rumah perkuliahan.
- b. Mampu mengelola waktu secara efektif dengan menyeimbangkan aktivitas akademik, organisasi, pengembangan diri, dan kehidupan pribadi.
- c. Menunjukkan sikap cerdas, rajin, dan aktif, baik dalam mengikuti perkuliahan maupun berpartisipasi dalam kegiatan positif di lingkungan kampus.
- d. Memahami sistem dan lingkungan perguruan tinggi, termasuk aturan akademik, dosen, serta fasilitas kampus sebagai bagian dari proses adaptasi dan keberhasilan studi.

- e. Memiliki kemampuan berpikir kritis dan berdiskusi secara rasional, sehingga mampu menyampaikan pendapat dan gagasan secara argumentatif dalam forum akademik maupun sosial.
- f. Menjunjung tinggi etika, tanggung jawab, serta kepedulian sosial sebagai wujud karakter mahasiswa dalam kehidupan bermasyarakat.

4. Pengertian Mahasiswa Penerima Beasiswa KIPK

Program Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIPK) merupakan program bantuan biaya pendidikan dari pemerintah yang bertujuan untuk meningkatkan akses dan kesempatan belajar di perguruan tinggi bagi lulusan SMA/SMK/Sederajat yang lulus pada tahun berjalan atau maksimal dua tahun sebelumnya, dan telah dinyatakan lulus seleksi masuk perguruan tinggi serta memiliki potensi akademik namun berasal dari keluarga miskin/rentan miskin. Kebijakan bantuan pendidikan tinggi bagi masyarakat kurang mampu telah dimulai sejak tahun 2010 melalui program Bidikmisi yang selanjutnya bertransformasi menjadi program Kartu Indonesia Pintar Kuliah (KIPK) pada tahun 2020 sebagai bentuk penguatan dan keberlanjutan kebijakan pemerataan akses pendidikan tinggi (Kemendikbudristek, 2025).

Mahasiswa penerima KIPK merupakan mahasiswa yang ditetapkan sebagai penerima bantuan setelah memenuhi persyaratan akademik dan kondisi ekonomi yang diatur dalam pedoman program. Mereka wajib terdaftar sebagai mahasiswa aktif pada perguruan tinggi dan program studi terakreditasi serta menjalani proses pendidikan tinggi sesuai ketentuan yang berlaku

(Kemendikbudristek, 2025). Sejalan dengan itu, Meiriza dkk. (2024) menyebutkan bahwa penerima KIPK adalah mahasiswa yang memenuhi kriteria ekonomi tertentu dan memperoleh dukungan biaya pendidikan untuk menunjang keberlanjutan studi serta meningkatkan motivasi belajar. Triyas dkk. (2023) juga menegaskan bahwa program ini ditujukan bagi mahasiswa dengan potensi akademik yang berasal dari kondisi sosial-ekonomi rendah.

Pedoman resmi KIPK tahun 2025 menetapkan dua kategori utama persyaratan penerima, yaitu persyaratan akademik dan persyaratan ekonomi. Persyaratan akademik meliputi ketentuan bahwa calon penerima merupakan lulusan SMA/SMK/ sederajat maksimal dua tahun sebelumnya dan telah lulus seleksi resmi pada program studi terakreditasi. Persyaratan ekonomi menegaskan bahwa penerima berasal dari keluarga miskin atau rentan miskin, yang dibuktikan melalui indikator seperti kepemilikan KIP Pendidikan Menengah, tercantum dalam Data Terpadu Kesejahteraan Sosial (DTKS), masuk ke dalam kelompok desil rendah (maksimal desil 3) pada Data Percepatan Penghapusan Kemiskinan Ekstrem (PPKE), dan bukti administratif lain seperti pendapatan orang tua dan Surat Keterangan Tidak Mampu (SKTM) yang dilegalisasi oleh pemerintah.

Kriteria ini menunjukkan bahwa penetapan penerima KIPK tidak hanya berdasarkan definisi sebagai mahasiswa kurang mampu, tetapi melalui verifikasi objektif sesuai pedoman program. Dengan demikian, mahasiswa penerima KIPK merupakan individu berpotensi akademik yang memenuhi

syarat formal dan ekonomi sehingga layak menerima dukungan pendidikan untuk menjamin keberlanjutan studi mereka

5. Peran dan Tanggung Jawab Mahasiswa Penerima KIPK

Berdasarkan ketentuan dan tujuan Program KIPK dalam Pedoman Pendaftaran KIPK Tahun 2025 (Kemendikbudristek, 2025), mahasiswa penerima KIPK memiliki kewajiban dan peran normatif yakni:

- a. Terdaftar dan aktif sebagai mahasiswa pada perguruan tinggi serta program studi yang terakreditasi sesuai ketentuan program,
- b. Menggunakan bantuan KIPK sesuai peruntukannya, yaitu untuk menunjang biaya pendidikan dan biaya hidup selama menjalani studi di perguruan tinggi,
- c. Menjaga keberlangsungan studi dan kemajuan akademik, dengan mematuhi ketentuan akademik yang berlaku di perguruan tinggi,
- d. Tidak melakukan pelanggaran akademik maupun administratif yang dapat menyebabkan pencabutan status sebagai penerima KIPK.
- e. Menyelesaikan studi sesuai dengan batas waktu yang ditetapkan berdasarkan jenjang dan ketentuan program KIPK.

Berdasarkan penelitian Triyas dkk. (2023), dapat dipahami bahwa mahasiswa penerima KIPK memiliki tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Memanfaatkan bantuan KIPK untuk menunjang keberlanjutan studi, khususnya dalam pemenuhan kebutuhan akademik dan kehidupan dasar selama perkuliahan.

- b. Menjaga status sebagai mahasiswa aktif, yang ditunjukkan melalui keikutsertaan dalam kegiatan akademik dan keberlanjutan studi di perguruan tinggi.
- c. Menyesuaikan pola hidup dengan kondisi sosial-ekonomi sebagai penerima bantuan, mengingat KIPK diberikan kepada mahasiswa dari keluarga kurang mampu secara ekonomi.

B. Gaya Hidup Hedonisme

1. Pengertian Gaya Hidup

Kotler & Armstrong (2018) menjelaskan bahwa gaya hidup (*lifestyle*) merupakan pola hidup seseorang yang tercermin melalui karakteristik psikografisnya. Gaya hidup dapat dilihat melalui *activities*, *interests*, dan *opinions* (AIO), yaitu aktivitas yang dilakukan individu, hal-hal yang menjadi minat atau perhatian individu, serta opini atau pandangan individu terhadap dirinya sendiri maupun berbagai hal di lingkungan sekitarnya.

Engel dkk. (1995) juga menggambarkan gaya hidup sebagai cara seseorang menjalani kehidupannya sehari-hari yang tercermin dari bagaimana individu mengalokasikan waktu, uang, dan sumber daya yang dimiliki, serta bagaimana individu tersebut berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Gambaran tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup tidak terbatas pada perilaku tertentu, tetapi mencakup cara individu mengatur dan menjalani kehidupannya dalam berbagai situasi.

Wells & Tigert (1971) menjelaskan gaya hidup melalui pendekatan *activities, interests, dan opinions* (AIO). Pendekatan tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai individu berdasarkan pola aktivitas, minat, dan opini yang dimilikinya. Aktivitas, minat, dan opini dapat memberikan gambaran mengenai pola kehidupan individu secara lebih luas, sehingga gaya hidup tidak hanya dilihat berdasarkan satu perilaku yang berdiri sendiri.

Berdasarkan uraian tersebut, gaya hidup dapat dipahami sebagai pola atau cara individu menjalani kehidupannya sehari-hari yang mencerminkan bagaimana individu menjalankan berbagai aktivitas, menentukan hal-hal yang menjadi minat atau perhatian, serta membentuk opini atau pandangan terhadap berbagai hal dalam kehidupannya. Gaya hidup juga tercermin dari cara individu mengalokasikan waktu, uang, dan sumber daya yang dimiliki serta cara individu berinteraksi dengan lingkungan di sekitarnya. Dengan demikian, gaya hidup merupakan gambaran mengenai pola kehidupan individu secara menyeluruh yang terbentuk dari berbagai aktivitas, minat, opini, pilihan, dan cara individu menjalani kehidupannya, sehingga tidak hanya dapat dipahami melalui satu perilaku tertentu.

Manalu (2017) menguraikan gaya hidup ke dalam beberapa bentuk, yaitu gaya hidup konsumtif, gaya hidup hedonisme, dan gaya hidup dalam pemanfaatan waktu luang. Bentuk-bentuk tersebut menggambarkan perbedaan kecenderungan individu dalam menjalani kehidupan berdasarkan aktivitas, pilihan, dan tujuan yang lebih dominan dalam kehidupannya.

- a. Gaya hidup konsumtif, merujuk pada kecenderungan individu untuk mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan tanpa pertimbangan rasional yang matang. Pola konsumsi ini lebih didasarkan pada dorongan kesenangan dan pemenuhan keinginan dibandingkan kebutuhan yang sebenarnya.
- b. Gaya hidup hedonisme, merujuk pada kecenderungan individu untuk mengutamakan kesenangan dan kenikmatan dalam menjalani kehidupan. Kecenderungan tersebut dapat tercermin melalui pilihan aktivitas dan pengalaman yang memberikan kepuasan atau kesenangan bagi individu.
- c. Gaya hidup dalam pemanfaatan waktu luang, berkaitan dengan cara individu menggunakan waktu yang dimiliki di luar aktivitas utama. Pemanfaatan waktu luang dapat diarahkan pada kegiatan yang memberikan relaksasi, hiburan, maupun kepuasan pribadi.

Penelitian ini memfokuskan pembahasan pada gaya hidup hedonisme, yaitu kecenderungan individu untuk mengutamakan kesenangan, kenikmatan, dan pengalaman yang menyenangkan dalam menjalani kehidupan.

2. Pengertian Gaya Hidup Hedonisme

Istilah hedonisme berakar dari kata Yunani *hedone*, yang berarti “kenikmatan” atau “kesenangan”, kata ini kemudian digunakan untuk menggambarkan pandangan hidup yang menempatkan pencarian kesenangan sebagai hal yang utama (Fatin dkk., 2024). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), hedonisme didefinisikan sebagai pandangan yang

menganggap kesenangan serta kenikmatan yang bersifat materi sebagai tujuan utama dalam hidup.

Gaya hidup hedonisme berkaitan dengan orientasi individu terhadap kesenangan dalam menjalani kehidupan. Veenhoven (2003) menjelaskan hedonisme sebagai suatu cara hidup (*way of life*) yang ditandai dengan keterbukaan terhadap pengalaman yang menyenangkan, sehingga individu yang hedonis cenderung menunjukkan sikap positif terhadap kesenangan dan terbuka terhadap kesempatan untuk memperoleh pengalaman yang menyenangkan. Gaya hidup hedonisme juga dapat termanifestasi dalam pola pikir umum maupun perilaku tertentu. Pada tingkat pola pikir, hedonisme tercermin dalam nilai yang menempatkan kesenangan sebagai sesuatu yang penting, sedangkan pada tingkat perilaku dapat terlihat dalam berbagai aktivitas yang dilakukan untuk memperoleh kesenangan.

Kunzmann dkk. (2005) menjelaskan bahwa individu dengan gaya hidup hedonis cenderung menempatkan kesenangan (*enjoyment*), kepemilikan materi, dan hiburan sebagai hal yang bernilai serta mencerminkannya melalui aktivitas sehari-hari yang berorientasi pada konsumsi dan kesenangan. Individu juga cenderung memasukkan nilai dan aktivitas yang berkaitan dengan pengakuan sosial (*social approval*) dan keintiman (*intimacy*) sebagai bagian dari gaya hidup hedonis (*hedonic lifestyle*).

Berdasarkan uraian tersebut, gaya hidup hedonisme dapat dipahami sebagai pola kehidupan yang menunjukkan orientasi individu terhadap kesenangan dan pengalaman yang menyenangkan, yang tercermin dalam nilai

yang dianggap penting serta perilaku dan aktivitas yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Orientasi terhadap kesenangan tersebut dapat diwujudkan dalam berbagai perilaku, termasuk perilaku konsumsi. Dalam konteks perilaku konsumsi orientasi terhadap kesenangan tersebut dijelaskan melalui konsep *hedonic consumption*, yang menekankan pengalaman, kesenangan, dan respons emosional individu dalam proses konsumsi.

Hedonic consumption menurut Hirschman & Holbrook (1982), merupakan aspek perilaku konsumen yang berkaitan dengan pengalaman multisensori (*multisensory*), imajinasi (*fantasy*), dan respons emosional (*emotive*) individu dalam menggunakan suatu produk. Berbeda dengan pandangan yang memandang konsumsi semata sebagai upaya memaksimalkan manfaat fungsional, *hedonic consumption* menekankan bahwa individu turut mengonsumsi produk untuk memperoleh pengalaman yang membangkitkan rasa senang, gembira, dan puas, sekaligus untuk membangun makna dan citra subjektif tertentu terhadap dirinya, termasuk sebagai penanda status, identitas, dan citra diri di hadapan lingkungan sosialnya.

Sejalan dengan pandangan tersebut, Babin dkk. (1994) menjelaskan bahwa nilai hedonis dalam konsumsi berkaitan dengan kesenangan, hiburan, dan nilai emosional yang dirasakan individu selama proses berbelanja. Nilai tersebut bersifat subjektif dan personal sehingga pengalaman konsumsi yang sama dapat memberikan tingkat kesenangan yang berbeda bagi setiap individu. Dengan demikian, *hedonic consumption* menekankan aspek pengalaman dan

kesenangan yang diperoleh individu dari proses konsumsi, bukan semata-mata manfaat fungsional dari produk yang dikonsumsi.

Berdasarkan uraian tersebut, gaya hidup hedonisme dalam penelitian ini dipahami sebagai pola kehidupan yang menunjukkan orientasi individu terhadap kesenangan, yang tercermin dalam nilai, pilihan, serta perilaku dan aktivitas dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks perilaku konsumsi, orientasi tersebut dapat tercermin melalui *hedonic consumption*, yaitu konsumsi yang dilakukan dengan melibatkan kesenangan, pengalaman, dan respons emosional individu. Dengan demikian, *hedonic consumption* digunakan untuk menjelaskan aspek konsumsi yang dapat mencerminkan orientasi hedonis dalam gaya hidup.

3. Faktor yang Memengaruhi Gaya Hidup Hedonisme

Gaya hidup hedonisme dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan proses perilaku konsumen menurut Engel dkk. (1995), interaksi dari faktor-faktor tersebut dapat mendorong individu melakukan konsumsi yang berorientasi pada kesenangan dan kepuasan emosional sesaat. Berikut faktor yang dapat memengaruhi:

- a. Motivasi emosional, dorongan untuk memperoleh kenyamanan dan memperbaiki suasana hati mendorong individu untuk melakukan aktivitas konsumsi yang berbasis kesenangan, bukan semata-mata pertimbangan rasional.

- b. Nilai hedonik (*hedonic value*), merujuk pada nilai kesenangan dan kenikmatan subjektif yang diperoleh konsumen dari suatu produk atau jasa. Konsumen menilai produk berdasarkan pengalaman emosional dan kepuasan yang dirasakan selama proses konsumsi.
- c. Konsep diri (*self-concept*), gambaran dan keyakinan individu mengenai dirinya yang memengaruhi pilihan dan perilaku konsumsi. Individu cenderung memilih produk yang sesuai dengan citra dirinya sebagai bentuk ekspresi dan konsistensi diri.
- d. Harga diri (*self-esteem*), harga diri sebagai evaluasi individu terhadap nilai dirinya yang memengaruhi cara individu menggunakan aktivitas konsumsi untuk mengekspresikan identitas serta memperoleh kepuasan psikologis. Individu dengan harga diri rendah cenderung menggunakan konsumsi hedonis sebagai sarana kompensasi emosional.
- e. Kelompok referensi, lingkungan sosial memengaruhi pola konsumsi melalui norma dan tekanan sosial. Konsumsi hedonis sering digunakan sebagai simbol status dan penyesuaian diri terhadap kelompok.

Kotler (1997) (dalam Islamy dkk., 2021) menyatakan bahwa gaya hidup individu dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, yang secara tidak langsung juga memengaruhi kecenderungan gaya hidup hedonisme dalam aktivitas konsumsi.

a. Faktor Internal

- 1) Konsep diri (*self-concept*), yaitu cara individu memandang dan menilai dirinya yang memengaruhi ketertarikan serta pilihan gaya hidup, khususnya dalam aktivitas konsumsi.
- 2) Harga diri (*self-esteem*), yang berkaitan dengan penilaian individu terhadap nilai dirinya, yang dapat memengaruhi kecenderungan individu dalam menentukan gaya hidup sesuai dengan kepuasan terhadap dirinya.
- 3) Sikap, merupakan kecenderungan individu dalam merespons suatu objek yang terbentuk melalui pengalaman, kebiasaan, serta pengaruh lingkungan sosial, yang kemudian memengaruhi keputusan konsumsi individu.
- 4) Pengalaman dan pengamatan, proses pembelajaran dari pengalaman masa lalu dan pengamatan terhadap lingkungan yang membentuk cara individu menilai dan memilih gaya hidup.
- 5) Kepribadian, yaitu pola karakteristik individu yang relatif menetap dan memengaruhi cara individu menyesuaikan diri dengan lingkungan serta menentukan preferensi konsumsi untuk gaya hidup.
- 6) Motif, dorongan yang muncul dari kebutuhan individu, seperti kebutuhan akan pengakuan, prestise, dan kenyamanan, yang memengaruhi kecenderungan individu dalam melakukan konsumsi.

b. Faktor Eksternal

- 1) Interaksi sosial, merupakan proses hubungan timbal balik individu dengan lingkungan sosial yang membentuk nilai, norma, dan pola

perilaku. Proses ini memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, pengaruh, serta penyesuaian perilaku sesuai dengan harapan lingkungan sosial.

- 2) Kelas sosial, merupakan kedudukan individu dalam struktur masyarakat yang memengaruhi nilai, minat, dan pola konsumsi gaya hidup.
- 3) Kelompok referensi, yaitu kelompok yang dijadikan acuan dalam membentuk sikap dan perilaku individu terhadap gaya hidup tertentu yang memberikan pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku individu. Pengaruh dari kelompok referensi tersebut dapat membentuk pola perilaku dan kecenderungan gaya hidup tertentu.

4. Aspek-Aspek Gaya Hidup Hedonisme

Wells & Tigert (1971) menjelaskan bahwa gaya hidup individu dapat dianalisis melalui tiga aspek AIO (*Activity, Interest, dan Opinion*) sebagai berikut:

a. *Activity* (Aktivitas)

Aspek aktivitas konsumsi merujuk pada berbagai kegiatan yang dilakukan individu dalam kehidupan sehari-hari, khususnya aktivitas yang berorientasi pada pencarian kesenangan dan hiburan. Aktivitas tersebut dapat berupa kegiatan rekreasi, nongkrong, berbelanja, mengikuti tren hiburan, serta aktivitas lain untuk memperoleh pengalaman menyenangkan dan kepuasan emosional.

b. *Interest* (Minat)

Aspek minat berkaitan dengan ketertarikan individu terhadap objek, aktivitas, atau gaya hidup tertentu yang dianggap menarik dan menyenangkan. Minat ini dapat tercermin dalam ketertarikan terhadap produk bermerek, tren gaya hidup, tempat hiburan, serta berbagai bentuk pengalaman konsumsi yang memberikan kesenangan dan kepuasan emosional.

c. *Opinion* (Opini)

Aspek opini mengacu pada pandangan, penilaian, dan sikap individu terhadap berbagai aspek kehidupan, khususnya yang berkaitan dengan kesenangan, konsumsi, dan cara menikmati hidup. Opini dalam gaya hidup hedonisme tercermin dari pandangan individu bahwa kesenangan dan kepuasan merupakan hal yang penting, yang kemudian memengaruhi cara individu dalam menggunakan sumber daya untuk memenuhi keinginan serta memperoleh pengalaman yang menyenangkan. Opini ini memengaruhi cara individu mengambil keputusan dan membentuk perilaku konsumtif yang berorientasi pada kesenangan.

Untuk memahami gaya hidup hedonisme secara operasional, penelitian ini menggunakan pendekatan *Activity, Interest, dan Opinion* (AIO) yang digunakan untuk menggambarkan pola aktivitas, minat, dan opini individu yang berorientasi pada pencarian kesenangan, kepuasan emosional, serta pengalaman konsumsi dalam kehidupan sehari-hari.

5. Mekanisme Perilaku Gaya Hidup Hedonisme

Gaya hidup hedonisme dapat diwujudkan melalui berbagai perilaku yang berorientasi pada pencarian kesenangan, termasuk perilaku konsumsi. *Hedonic consumption* dalam penelitian ini digunakan untuk menjelaskan bagaimana orientasi terhadap kesenangan dapat tercermin dalam perilaku konsumsi melalui pengalaman, kesenangan, dan respons emosional individu (Hirschman & Holbrook, 1982). Kecenderungan tersebut dapat berkaitan dengan faktor psikologis yang berasal dari dalam diri individu maupun faktor sosial yang berasal dari lingkungan. Oleh karena itu, hubungan gaya hidup hedonisme dengan harga diri dan konformitas dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui dua mekanisme, yaitu mekanisme internal yang berkaitan dengan proses kompensasi psikologis dan mekanisme eksternal yang berkaitan dengan pengaruh kelompok sosial.

a. Mekanisme Internal

Rucker & Galinsky (2013) dalam teori konsumsi kompensatoris (*compensatory consumption theory*) menjelaskan bahwa individu terdorong melakukan konsumsi ketika mengalami ancaman terhadap identitas diri. Ancaman ini muncul saat seseorang merasa gagal memenuhi standar diri ideal, kehilangan kontrol, atau menerima umpan balik negatif yang meruntuhkan persepsi kompetensinya. Kondisi tersebut mengurangi sumber daya psikologis yang penting, terutama rasa harga diri, sehingga menimbulkan ketidaknyamanan emosional. Untuk mengurangi ketidaknyamanan itu, individu cenderung mencari cara cepat guna

memulihkan evaluasi diri dan menegakkan kembali citra diri yang dianggap penting. Dalam proses ini, konsumsi dipilih bukan karena fungsi utilitariannya, tetapi karena kemampuannya memberikan nilai simbolik dan afektif yang menguatkan kembali perasaan mampu dan berharga.

Konsumsi kompensatoris sering mengarah pada perilaku gaya hidup hedonis, karena pengalaman yang memberikan kesenangan, kenyamanan, atau reward emosional yang cepat lebih efektif dalam meredakan ketegangan psikologis akibat ancaman diri. Ketika individu merasa gagal atau tidak berdaya, konsumsi yang bersifat hedonis, seperti membeli barang yang meningkatkan harga diri atau menikmati aktivitas menyenangkan serta memberikan sensasi penghargaan diri dalam waktu singkat. Dengan demikian, perilaku hedonis dapat dipahami sebagai bentuk strategi kompensasi, di mana kesenangan berfungsi sebagai mekanisme pemulihan untuk menyeimbangkan kembali identitas dan mengatasi ketidakstabilan psikologis yang dialami individu.

b. Mekanisme Eksternal

Baron & Byrne (2005) dalam psikologi sosial menjelaskan konformitas sebagai kecenderungan individu menyesuaikan perilaku, sikap, atau keputusan mereka agar selaras dengan norma atau harapan kelompok sosial. Penyesuaian ini terjadi karena dua bentuk pengaruh utama, yaitu *normative social influence* dan *informational social influence*. *Normative influence* ketika individu mengikuti perilaku kelompok demi diterima, dihargai, atau menghindari penolakan, sedangkan *informational influence*

terjadi ketika individu menganggap informasi atau perilaku kelompok sebagai acuan yang benar dalam situasi tertentu. Kedua bentuk pengaruh ini membuat individu lebih sensitif terhadap standar sosial dan lebih cenderung meniru pola perilaku yang dianggap dominan atau valid dalam kelompoknya.

Konformitas dalam perilaku gaya hidup hedonisme dapat menjadi mekanisme eksternal yang memperkuat pilihan konsumsi individu. Ketika kelompok sebaya menunjukkan gaya hidup yang berorientasi pada kesenangan, seperti sering membeli barang bermerek, menikmati hiburan, atau melakukan aktivitas rekreasional, individu cenderung terdorong untuk melakukan hal yang sama untuk mempertahankan penerimaan sosial dan kesesuaian kelompok. Keinginan untuk tidak terlihat berbeda atau untuk menjaga identitas sosial dalam kelompok membuat konsumsi hedonis menjadi perilaku yang dipelajari dan diadopsi. Dengan demikian, pengaruh sosial yang tercermin dalam konformitas memainkan peran penting dalam membentuk kecenderungan hedonisme, karena individu menggunakan perilaku konsumsi kelompok sebagai pedoman untuk menampilkan identitas yang dianggap tepat secara sosial.

C. Harga Diri (*Self-Esteem*)

1. Pengertian Harga Diri (*Self-Esteem*)

Rosenberg (1972) mendefinisikan harga diri (*self-esteem*) sebagai sikap evaluatif individu terhadap dirinya secara global, yaitu sejauh mana seseorang

memandang dirinya sebagai pribadi yang berharga dan layak. Harga diri tinggi ditandai penerimaan diri dan rasa hormat terhadap diri tanpa harus disertai rasa superior atau kesombongan, sedangkan harga diri rendah tampak pada perasaan tidak berharga, tidak layak, serta evaluasi negatif terhadap keseluruhan diri.

Menurut Coopersmith (1967), harga diri (*self-esteem*) merupakan bentuk penilaian yang dilakukan individu terhadap dirinya sendiri yang tercermin dalam sejauh mana individu mampu menerima atau justru menolak dirinya. Penilaian ini berkembang melalui empat dimensi utama, yakni *significance* yang berkaitan dengan perasaan diri sebagai pribadi yang berarti dan diakui keberadaannya, *virtue* yang merujuk pada kepatuhan terhadap nilai moral dan integritas etis, *power* yang menggambarkan kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku serta memengaruhi lingkungannya, dan *competence* yang menunjukkan keyakinan terhadap kapasitas diri dalam menghadapi tuntutan dan tantangan kehidupan.

Maslow (1970) menempatkan kebutuhan harga diri (*esteem needs*) pada tingkat keempat setelah kebutuhan fisiologis, rasa aman, kasih sayang, dan rasa memiliki. Pemenuhan kebutuhan ini dipandang penting karena menjadi dasar bagi individu dalam mengembangkan potensi diri dan mencapai aktualisasi diri. Branden (1992) mendefinisikan harga diri (*self-esteem*) sebagai keyakinan individu bahwa dirinya mampu menghadapi tantangan kehidupan serta merasa layak untuk meraih kebahagiaan dan keberhasilan. Harga diri bukan sekadar perasaan positif terhadap diri, melainkan pengalaman internal yang bersumber

dari praktik kesadaran diri, tanggung jawab pribadi, dan integritas dalam bertindak.

Berdasarkan pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa harga diri (*self-esteem*) merupakan evaluasi individu terhadap nilai dan kelayakan dirinya yang terbentuk melalui pengalaman personal, kebutuhan psikologis, serta kapasitas dalam menghadapi tuntutan hidup. Konsep ini tidak hanya mencakup penilaian diri secara global, tetapi juga dimensi moral, kompetensi, pengaruh, dan penerimaan diri. Pemenuhan kebutuhan harga diri berperan penting dalam perkembangan psikologis karena mendukung individu dalam mengaktualisasikan potensi serta mempertahankan kesejahteraan psikologis.

2. Faktor yang Memengaruhi Harga Diri (*Self-Esteem*)

Branden (1992) menyatakan beberapa faktor yang memengaruhi tingkat harga diri seseorang, antara lain:

- a. *Living Consciously* (kesadaran diri), harga diri berkembang ketika individu mampu hidup secara sadar, memahami realitas, dan bersikap terbuka terhadap pengalaman serta konsekuensi tindakannya. Ketidakmauan menghadapi realitas justru melemahkan harga diri.
- b. *Self-Acceptance* (penerimaan diri), penerimaan terhadap diri apa adanya, termasuk kekuatan dan kelemahan, merupakan fondasi utama harga diri. Penolakan diri secara kronis akan menghambat perkembangan harga diri yang sehat.

- c. *Self-Responsibility* (tanggung jawab diri), individu dengan harga diri yang sehat memandang dirinya sebagai pihak yang bertanggung jawab atas pilihan, keputusan, dan kehidupannya sendiri.
- d. *Self-Assertiveness* (penegasan diri), kemampuan untuk mengekspresikan pikiran, perasaan, dan kebutuhan secara jujur dan tepat merupakan faktor penting dalam pembentukan harga diri.
- e. *Living Purposefully* (hidup dengan tujuan), harga diri diperkuat ketika individu memiliki tujuan hidup yang jelas dan bertindak secara konsisten untuk mencapainya.
- f. *Personal Integrity* (integritas pribadi), kesesuaian antara nilai, keyakinan, dan tindakan menjadi dasar penting bagi terbentuknya rasa hormat terhadap diri sendiri.

Menurut Coopersmith (1967) beberapa faktor utama yang memengaruhi harga diri dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Penerimaan dan penghargaan, individu yang merasa diterima dan dihargai cenderung mengembangkan penilaian diri yang positif. Perlakuan yang hangat, penuh perhatian, serta pengakuan terhadap keberadaan individu berperan penting dalam menumbuhkan rasa berharga terhadap diri. Sebaliknya, penolakan, kurangnya perhatian, atau kritik yang berlebihan dapat menghambat perkembangan harga diri.
- b. Orang tua dan keluarga, interaksi antara individu dengan orang tua sebagai figur signifikan berperan dalam pembentukan harga diri. Aturan, tuntutan perilaku, serta pola disiplin yang diterapkan secara tegas namun adil,

konsisten, dan disertai penjelasan mengenai konsekuensi perilaku membantu individu memahami batasan serta mengembangkan rasa tanggung jawab, yang berkontribusi pada terbentuknya harga diri yang sehat.

- c. Pengalaman keberhasilan, pengalaman keberhasilan yang diperoleh melalui usaha pribadi dan diakui oleh lingkungan turut memengaruhi harga diri. Keberhasilan tersebut membantu individu mengembangkan perasaan mampu dan kompeten, sehingga memperkuat evaluasi positif terhadap dirinya.
- d. Persepsi terhadap lingkungan sosial, penerimaan sosial dari lingkungan yang lebih luas, seperti teman sebaya dan lingkungan sekolah, juga berperan dalam pembentukan harga diri. Individu yang merasa diterima dan dihargai dalam interaksi sosial cenderung memiliki penilaian diri yang lebih positif, sedangkan pengalaman penolakan sosial dapat melemahkan perasaan berharga terhadap diri sendiri.

3. Aspek-Aspek Harga Diri (*Self-Esteem*)

Coopersmith (1967) menyebutkan terdapat empat aspek dalam harga diri individu. Aspek-aspek tersebut yaitu *significance*, *competence*, *power*, dan *virtue*.

a. *Significance* (keberhargaan)

Significance menunjukkan sejauh mana seseorang merasa diterima, disukai, dan dihargai orang lain yang penting baginya. Keberhargaan muncul ketika individu mendapatkan kasih sayang, perhatian, dan

penerimaan emosional, terutama dari orang tua. Semakin kuat rasa diterima tersebut, semakin positif penilaian individu terhadap dirinya.

b. *Competence* (kemampuan)

Competence menunjukkan keyakinan seseorang terhadap efektivitas dan kemampuannya dalam menyelesaikan tugas atau menghadapi tuntutan lingkungan. Rasa mampu terbentuk dari pengalaman keberhasilan, baik akademik maupun sosial. Keberhasilan berulang membuat individu memandang dirinya sebagai pribadi yang kompeten dan layak dihargai.

c. *Power* (kekuatan)

Power menunjukkan adanya kemampuan seseorang untuk mengatur dan mengendalikan tingkah lakunya, serta mendapatkan pengakuan dari orang lain terhadap tindakan tersebut. Kekuatan tercermin dari sejauh mana individu memiliki kesempatan membuat keputusan, mempengaruhi situasi, dan melihat bahwa pendapatnya dihargai. Ketika seseorang merasa tindakannya diakui dan pendapatnya dianggap bernilai, ia akan menilai dirinya lebih positif.

d. *Virtue* (kepatuhan)

Virtue menggambarkan sejauh mana seseorang merasa dirinya sesuai dengan standar moral atau nilai sosial yang berlaku. Seseorang yang menilai perilakunya sebagai “baik”, “jujur”, dan sesuai norma akan lebih mungkin memiliki evaluasi diri positif. Kesesuaian moral ini memberi dasar bagi individu untuk melihat dirinya sebagai pribadi yang layak dihormati.

Keempat aspek ini menggambarkan bagaimana individu menilai dirinya berdasarkan pengalaman diterima secara emosional, keyakinan akan kompetensi, kemampuan mengendalikan tindakan serta memperoleh pengakuan, dan kesesuaian perilaku dengan standar moral. Integrasi dari seluruh aspek tersebut membentuk evaluasi diri yang menentukan apakah individu memandang dirinya sebagai pribadi yang layak, efektif, dan bermakna.

D. Konformitas

1. Pengertian Konformitas

Baron & Byrne (2005) memandang konformitas sebagai proses pengaruh sosial yang mendorong individu menyesuaikan sikap, penilaian, maupun perilakunya agar sejalan dengan standar dan aturan tidak tertulis yang berlaku dalam kelompok. Norma sosial berperan sebagai pedoman perilaku yang menentukan respons yang dianggap tepat dalam suatu situasi, sehingga individu cenderung meniru atau mengikuti kecenderungan perilaku yang dominan dalam kelompok.

Konformitas muncul sebagai bentuk adaptasi individu terhadap norma kelompok yang dipengaruhi oleh kebutuhan akan penerimaan sosial. Kekhawatiran terhadap penolakan, tingkat kohesivitas kelompok, serta dorongan untuk memperoleh rasa aman dan kenyamanan emosional menjadi faktor penting yang mendorong individu untuk menyesuaikan diri dengan perilaku kelompok (Sears dkk, 1985).

Konformitas menurut Solomon (2019) merujuk pada perubahan sikap, keyakinan, maupun perilaku individu yang muncul sebagai respons terhadap tekanan kelompok, baik yang bersifat nyata maupun yang hanya dirasakan secara psikologis. Dalam kehidupan sosial, keberadaan konformitas berkaitan erat dengan terbentuknya norma-norma sosial, yaitu aturan tidak tertulis yang berfungsi mengarahkan dan mengendalikan perilaku anggota masyarakat. Norma-norma tersebut memungkinkan individu untuk berinteraksi secara tertib dan harmonis. Tanpa adanya norma sosial, perilaku individu akan sulit dikendalikan dan berpotensi menimbulkan kekacauan dalam kehidupan bermasyarakat.

Pemaparan dapat disimpulkan bahwa konformitas merupakan proses penyesuaian sikap dan perilaku individu terhadap norma kelompok sebagai bentuk respons terhadap pengaruh sosial. Penyesuaian ini didorong oleh kebutuhan akan penerimaan sosial, kekhawatiran terhadap penolakan, serta tekanan kelompok yang dapat bersifat nyata maupun psikologis. Norma sosial kemudian berfungsi sebagai pedoman yang mengarahkan perilaku individu agar selaras dengan harapan kelompok, sehingga memungkinkan terciptanya interaksi sosial yang tertib dan harmonis.

2. Faktor yang Memengaruhi Konformitas

Baron & Byrne (2005) menjelaskan beberapa faktor yang dapat memengaruhi konformitas, yakni:

a. Ukuran Kelompok

Memengaruhi seberapa kuat tekanan sosial yang dirasakan individu. Ketika lebih banyak anggota kelompok menunjukkan pendapat atau perilaku yang sama, individu lebih terdorong untuk menyesuaikan diri, meskipun efek ini biasanya stabil setelah kelompok terdiri dari sekitar tiga sampai empat orang.

b. Kohesi Kelompok

Berperan melalui kedekatan emosional atau rasa memiliki terhadap kelompok. Semakin penting posisi kelompok bagi individu, seperti teman sebaya atau kelompok pertemanan dekat, maka semakin besar kecenderungan individu mengikuti norma dan perilaku kelompok demi menjaga penerimaan sosial.

c. Status Kelompok

Konformitas meningkat ketika kelompok dipandang lebih kompeten, berpengaruh, atau memiliki otoritas. Kelompok dengan status tinggi lebih mudah mempengaruhi individu karena dianggap sebagai sumber perilaku atau pendapat yang lebih valid.

Sears dkk, (1985) menjelaskan beberapa faktor yang memengaruhi konformitas, antara lain:

a. Pengaruh Normatif

Dorongan individu untuk menyesuaikan diri dengan kelompok guna memperoleh penerimaan sosial dan menghindari penolakan. Individu

melakukan konformitas bukan karena meyakini pendapat kelompok benar, tetapi karena adanya kebutuhan untuk diterima dan dihargai oleh kelompok.

b. Pengaruh Informasional

Hal ini terjadi ketika individu menyesuaikan diri dengan kelompok karena menganggap kelompok sebagai sumber informasi yang benar. Dalam kondisi ketidakpastian, individu cenderung mengikuti pendapat mayoritas karena diyakini lebih akurat dibandingkan penilaian pribadi.

c. Ukuran Kelompok

Tekanan untuk konformitas cenderung meningkat seiring bertambahnya jumlah anggota kelompok, terutama ketika individu berhadapan dengan kelompok mayoritas.

3. Aspek-Aspek Konformitas

Sears dkk, (1985) menjelaskan konformitas berkaitan erat dengan kondisi kelompok yang tercermin dalam kekompakan kelompok, kesepakatan mayoritas, dan tuntutan untuk menaati norma kelompok.

a. Kekompakan Kelompok

Kekompakan kelompok merujuk pada tingkat kedekatan, keterikatan, dan rasa kebersamaan antaranggota kelompok. Individu cenderung lebih mudah menyesuaikan diri dengan sikap dan perilaku kelompok yang memiliki ikatan sosial yang kuat, karena adanya keinginan untuk mempertahankan hubungan dan keanggotaan dalam kelompok tersebut.

b. Kesepakatan Mayoritas Kelompok

Kesepakatan mayoritas kelompok merupakan kondisi ketika sebagian besar anggota kelompok menunjukkan pendapat atau perilaku yang sama. Dalam situasi ini, individu cenderung mengikuti pandangan kelompok karena tekanan sosial yang muncul dari keseragaman sikap mayoritas, meskipun pendapat pribadinya berbeda.

c. Ketaatan terhadap Norma Kelompok

Ketaatan terhadap norma kelompok adalah kecenderungan individu untuk mematuhi aturan, nilai, dan harapan yang berlaku dalam kelompok sosialnya. Ketaatan ini dilakukan sebagai bentuk penyesuaian diri agar individu dapat diterima dan menghindari penolakan sosial dari kelompok.

E. Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan antara Harga Diri (*Self-Esteem*) dengan Gaya Hidup

Hedonisme

Harga diri (*self-esteem*) merupakan faktor psikologis internal yang memengaruhi cara individu memandang diri serta menentukan pola perilaku yang dipilih. Harga diri berkaitan dengan evaluasi individu terhadap nilai dan keberhargaan dirinya. Individu dengan harga diri yang rendah cenderung mengalami ketidakpuasan diri serta kebutuhan lebih besar akan pengakuan sosial, sehingga lebih rentan mengadopsi perilaku yang berorientasi pada kesenangan dan pencitraan diri, termasuk gaya hidup hedonisme.

Maslow (1970) menjelaskan bahwa kebutuhan harga diri yang tidak terpenuhi dapat mendorong individu mencari pemenuhan alternatif melalui aktivitas lain, termasuk aktivitas konsumsi. Coopersmith (1967) menambahkan bahwa individu dengan harga diri rendah cenderung berupaya menutupi perasaan kurang berharga melalui perilaku yang dapat memperkuat citra diri di hadapan orang lain.

Rucker dan Galinsky (2013) melalui teori konsumsi kompensatoris menjelaskan bahwa ancaman terhadap harga diri mendorong individu mencari aktivitas konsumsi yang dapat meredakan ketidaknyamanan psikologis tersebut. Konsumsi yang berorientasi pada kesenangan, kenyamanan emosional, dan kepuasan instan menjadi bentuk regulasi diri, pola ini selaras dengan karakteristik gaya hidup hedonisme. Hal ini sejalan dengan dimensi pengalaman emosional dalam konsep *hedonic consumption* (Hirschman & Holbrook, 1982), di mana konsumsi dilakukan bukan untuk manfaat fungsional, melainkan untuk meredakan ketidaknyamanan emosional individu.

Hal ini didukung penelitian Fitry dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa individu dengan tingkat harga diri yang lebih rendah cenderung memiliki kecenderungan gaya hidup hedonisme yang lebih tinggi. Natalia dan Purwasetiawatik (2025) juga menemukan bahwa mahasiswa dengan harga diri rendah lebih menggunakan konsumsi dan gaya hidup berorientasi pada kesenangan sebagai strategi untuk memperoleh validasi sosial dan meningkatkan evaluasi diri. Berdasarkan pemaparan teoretis dan hasil penelitian terdahulu, harga diri dipandang memiliki keterkaitan dengan

kecenderungan gaya hidup hedonisme. Individu dengan harga diri rendah lebih rentan menggunakan aktivitas konsumtif yang menyenangkan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan psikologis dan penguatan citra diri. Oleh karena itu, harga diri dipandang sebagai salah satu faktor psikologis yang berperan dalam pembentukan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa, khususnya mahasiswa penerima beasiswa KIPK.

2. Hubungan antara Konformitas dengan Gaya Hidup Hedonisme

Konformitas merupakan kecenderungan individu menyesuaikan sikap dan perilaku individu terhadap norma dan harapan kelompok sosial. Dalam konteks kehidupan mahasiswa, kelompok teman sebaya memiliki peran penting dalam membentuk nilai, preferensi, dan standar perilaku, termasuk gaya hidup. Keinginan untuk diterima, diakui, dan mempertahankan hubungan sosial membuat individu lebih sensitif terhadap tekanan kelompok, sehingga cenderung menyesuaikan diri dengan perilaku yang dianggap dominan dalam lingkungan sosialnya.

Baron & Byrne (2005) menjelaskan bahwa konformitas muncul karena dua bentuk pengaruh sosial, yaitu pengaruh normatif dan pengaruh informasional. Pengaruh normatif mendorong individu mengikuti perilaku kelompok untuk memperoleh penerimaan atau menghindari penolakan, sedangkan pengaruh informasional muncul ketika individu memandang perilaku kelompok sebagai acuan yang benar. Konformitas dalam penelitian ini mewakili dimensi simbolik dari *hedonic consumption* (Hirschman & Holbrook,

1982), di mana individu menggunakan pola konsumsi kelompok sebagai penanda status dan identitas sosial.

Sears dkk. (1985) menambahkan bahwa kedua bentuk pengaruh tersebut semakin kuat ketika kekompakan kelompok dan kesepakatan mayoritas tinggi, sehingga individu semakin terdorong meniru pola konsumsi kelompok sebaya yang berorientasi pada kesenangan, tren, dan gaya hidup modern. Hal ini didukung penelitian Arinda (2021) yang menunjukkan bahwa konformitas teman sebaya berperan penting mendorong kecenderungan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa. Sari dan Nio (2024) juga menemukan bahwa tingkat konformitas yang tinggi berkaitan dengan kecenderungan individu menyesuaikan gaya hidup dan pola konsumsi sesuai dengan norma kelompok yang dominan.

Berdasarkan uraian teoretis dan penelitian terdahulu, konformitas dipandang memiliki keterkaitan dengan kecenderungan gaya hidup hedonisme. Tekanan sosial, kebutuhan akan penerimaan, serta dorongan untuk mempertahankan identitas kelompok membuat individu cenderung mengikuti pola konsumsi dan aktivitas yang berorientasi pada kesenangan. Oleh karena itu, konformitas diposisikan sebagai faktor sosial yang berperan dalam pembentukan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa, khususnya mahasiswa penerima beasiswa KIPK.

3. Hubungan antara Harga Diri (*Self-Esteem*) dan Konformitas dengan Gaya Hidup Hedonisme

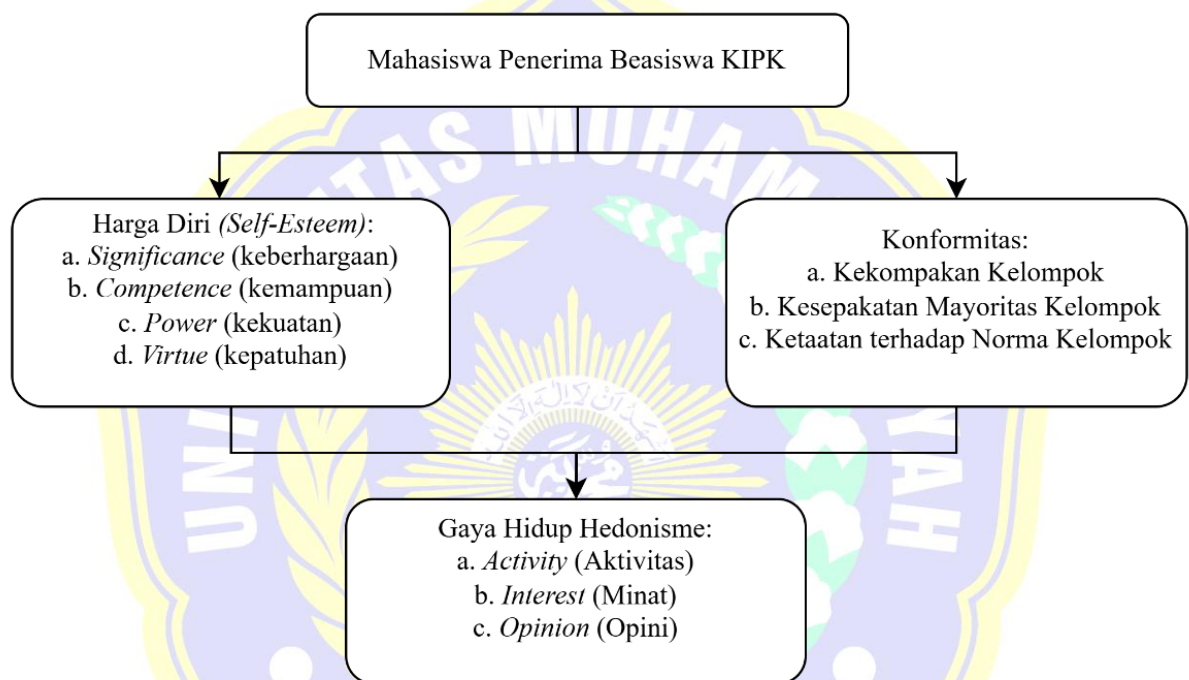
Harga diri (*self-esteem*) dan konformitas merupakan dua faktor yang saling melengkapi dalam membentuk kecenderungan gaya hidup hedonisme. Keduanya sejalan dengan dua dimensi dalam konsep *hedonic consumption* (Hirschman & Holbrook, 1982), yaitu dimensi pengalaman emosional yang tercermin dari harga diri, dan dimensi simbolik yang tercermin dari konformitas. Berdasarkan teori konsumsi kompensatoris Rucker & Galinsky (2013), individu dengan harga diri rendah lebih rentan mengalami ketidaknyamanan psikologis, sehingga berupaya memulihkannya melalui konsumsi yang memberikan kesenangan atau kepuasan instan sehingga meningkatkan kecenderungan menjalani gaya hidup hedonisme.

Konformitas juga berperan dalam mendorong individu mengikuti pola konsumsi kelompok sebaya sebagai upaya memperoleh penerimaan dan mempertahankan identitas sosial (Baron & Byrne 2005). Hal ini menunjukkan bahwa konformitas dapat memperkuat pola hidup hedonisme melalui dorongan sosial untuk menampilkan perilaku yang dianggap sesuai oleh kelompok.

Kedua faktor tersebut bekerja secara berbeda namun saling menguatkan, harga diri mendorong individu mencari kompensasi psikologis dari dalam dirinya sendiri, sementara konformitas mendorong individu menyesuaikan diri karena tekanan dan harapan dari lingkungan sosialnya. Dengan demikian, gaya hidup hedonisme pada mahasiswa, termasuk mahasiswa penerima beasiswa KIPK, dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara faktor psikologis internal

dan pengaruh sosial eksternal, yang keduanya bermuara pada kecenderungan konsumsi yang berorientasi pada kesenangan dan pengalaman emosional maupun simbolik.

H. Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

I. Hipotesis

Penelitian ini memiliki beberapa hipotesis, antara lain:

1. Hipotesis 1 (H1): terdapat hubungan negatif yang signifikan antara harga diri dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa penerima beasiswa KIPK. Artinya, semakin rendah tingkat harga diri yang dimiliki, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk menjalani gaya hidup hedonisme.
2. Hipotesis 2 (H2): terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa penerima beasiswa KIPK. Artinya, semakin tinggi tingkat konformitas, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk menjalani gaya hidup hedonisme.
3. Hipotesis 3 (H3): terdapat hubungan signifikan secara simultan antara harga diri dan konformitas terhadap gaya hidup hedonisme pada mahasiswa penerima beasiswa KIPK.