

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kehidupan yang dijalani individu biasanya menerapkan suatu gaya hidup. Gaya hidup seseorang dapat berubah ketika akan mulai beranjak remaja. Biasanya seseorang yang mulai beranjak ke masa remaja, mulai dapat mempunyai keinginan dan menetapkan gaya hidupnya (Fahmi et al., 2019). Gaya hidup yang khas bagi remaja akan terlihat jelas dari terbentuknya identitas diri dalam menduduki kelasnya di lingkungan sosial (Gunarsa, 2008). Pada keadaan saat ini, gaya hidup hedonis merupakan salah satu gaya hidup yang memiliki daya tarik bagi para remaja. Dengan menerapkan gaya hidup hedonis artinya para remaja memilih hidup yang mewah, enak, dan sangat berkecukupan dalam berbagai hal (Anggraini, 2017). Praja dan Damayantie (2013) menambahkan bahwa perilaku hedonis tergambar pada remaja saat ini, mereka menyukai pembicaraan mengenai film terbaru, *fashion*, dan segala bentuk perilaku hedonis lainnya.

Penelitian Saputri dan Rachmatan (2017) menjabarkan bahwa pembahasan mengenai gaya hidup hedonis yang mengutamakan kesenangan, memberikan pengertian bahwa gaya hidup tersebut memfokuskan pada sesuatu yang bersifat berlebih-lebihan. Gaya hidup sendiri menggambarkan perilaku seseorang dalam hal bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu yang ia miliki dan gaya hidup juga digambarkan pada kegiatan, minat, dan opini seseorang (Solihat & Arnasik, 2018). Nadzir dan Ingrianti (2015) dalam penelitiannya menjelaskan gaya hidup hedonis merupakan suatu pola hidup seseorang yang melakukan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, menghabiskan waktu di luar rumah untuk bersenang-senang dengan kerabat, menyukai membeli barang yang tidak dibutuhkan, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian di lingkungan

sekitar atau sosialnya. Umami (2013) dalam penelitiannya membahas gaya hidup hedonis dengan tujuan utama kesenangan sering ditemukan dikalangan kategori remaja yang sedang melakukan pencarian identitas diri melalui hal yang mudah dilihat, seperti memakai pakaian bermerk, dan barang bermerk lainnya.

Masa remaja merupakan suatu periode transisi dalam kehidupan manusia, karena menjadi masa peralihan seorang individu dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa yang dimulai dari rentang usia 9 sampai 13 tahun dan berakhir pada 18 hingga 22 tahun (Santrock, 2012). Penelitian Putri et al., (2016) menjabarkan masa remaja dengan jelas menunjukkan sifat transisi atau peralihan karena remaja belum sepenuhnya memperoleh status dewasa dan sudah tidak lagi berstatus anak-anak. Masa transisi pada remaja terjadi karena saat itu seseorang telah meninggalkan masa kanak-kanaknya namun belum juga sempurna memasuki masa dewasa. Setiap periode memiliki masalah sendiri namun masalah pada periode remaja sering menjadi masalah yang tidak mudah diatasi baik pada remaja laki-laki maupun remaja perempuan, remaja merasa dirinya mandiri sehingga memutuskan untuk mengatasi masalahnya sendiri dan menolak bantuan dari guru, orang tua, ataupun orang lain (Jannah, 2017).

Remaja memiliki tugas perkembangan yang difokuskan pada saat melewati masa peralihan tersebut diantaranya, mampu menerima keadaan fisiknya, mampu membina hubungan baik dengan kelompok yang berlainan jenis, mencapai kemandirian ekonomi, dan mencapai kemandirian emosional (Hurlock dalam Ali & Asrori, 2015). Saputro (2018) dalam penelitiannya menjabarkan remaja cenderung lebih mudah dipengaruhi oleh temannya dibandingkan saat mereka masih anak-anak, remaja berperilaku dan memiliki kesenangan yang berbeda bahkan bertentangan dengan keluarga misalnya dalam hal mode, aliran musik, dan *fashion*. Individu khususnya remaja yang memandang atau menyukai hal yang menyenangkan akan mengambil kesempatan sekecil apapun untuk meraih kesenangan yang diinginkannya merupakan individu yang memiliki gaya hidup

hedonis (Aghesty, 2006). Remaja yang menerapkan gaya hidup hedonis ini biasanya mereka menyukai menghabiskan waktu bersama teman-temannya dengan pergi ke tempat nongkrong seperti kafe-kafe, menghabiskan waktu ke pusat perbelanjaan seperti mall, menonton film, membeli barang-barang yang tidak diperlukan untuk setara dengan teman sebayanya atau hanya sekedar untuk dipandang dalam lingkungan sosialnya (Nadzir & Ingarianti, 2015).

Menurut *survey* yang telah dilakukan menggunakan media *google form* pada tanggal 9 Januari 2023 kepada 15 remaja pada rentang usia 16-20 tahun memberikan hasil sebagai berikut, 80% remaja setuju dengan pernyataan bahwa sering mengunjungi tempat berkumpul termasuk dalam kategori menerapkan gaya hidup hedonis. Di lain hal, remaja ini mengaku mengunjungi tempat yang sedang *trend* khususnya kafe dan pusat perbelanjaan dengan teman-temannya kemudian memposting momen tersebut ke media sosialnya. Sebanyak 40% remaja cenderung menghabiskan waktu diluar rumah sebanyak 3-4 kali dalam seminggu, 33,3% remaja sebanyak 4-7 kali dalam seminggu, dan 26,7% sebanyak 1-2 kali dalam seminggu menghabiskan waktu untuk berkumpul dengan teman-temannya.

Remaja yang mengaku menyukai menjadi pusat perhatian dilingkungan sosialnya dengan cara berkumpul di kafe atau tempat *trend* lainnya sebanyak 66,7% dan mereka merasa lebih percaya diri jika memakai barang *branded* diantara teman-temannya., kemudian 60% remaja mengaku merasa lebih diakui keberadaannya dilingkungan sosial mereka jika melakukan kegiatan kumpul dengan teman. Tempat yang sering dikunjungi itu diantaranya pusat perbelanjaan/Mall (Grand Indonesia, Mall of Indonesia, PIM, SMB), *coffee shop* (Starbucks, Filosofi Kopi, Fore Coffee, dan coffee shop yang *aesthetic*), tempat makan (Union, Karnivor, Mcd). Sebanyak 62,5% remaja melakukan hal tersebut atas keinginan dirinya sendiri dan kemudian 75% diantaranya merasa bahagia/sejahtera setelah mengunjungi tempat-tempat seperti itu. Pemakaian barang *branded* juga membuat 87,5% remaja merasa lebih bahagia atau puas

Kesejahteraan atau kesenangan yang dirasakan karena mereka mengaku merasa lebih percaya diri dan diperhatikan, merasa lebih *up to date* dibandingkan dengan teman-temannya, merasa lebih keren dan diakui oleh teman dengan kelas sosial atas/tinggi. Sebesar 60% remaja menyukai memakai barang *branded* tapi tidak sering membeli nya hal ini dikarenakan keuangan mereka yang belum memadai lantaran pendapatan mereka di dominasi oleh uang jajan dari orang tua. Uang jajan 75% remaja berada pada angka > Rp 1.000.000 perbulannya. Remaja yang sering mengunjungi tempat *trend* di luar domisilinya sebanyak 87,5% dan sebanyak 62,5% mengunjungi tempat tersebut sebanyak 2-3 kali dalam satu minggu.

Di era saat ini, orang tua cenderung memberikan gaya hidup yang nyaman dengan fasilitas memadai juga kebutuhan yang selalu tersedia untuk anak-anak mereka. Hal ini berdasarkan dengan penelitian kesejahteraan psikologis di era digital yang dilakukan oleh Fitriani dan Abdullah (2021). Tingkat pendidikan dan pendapatan orang tua juga merupakan salah satu hal yang dapat diukur untuk mengetahui kesejahteraan suatu masyarakat atau individu yang ada dalam penelitian Saputri dan Rachmatan (2017). Penelitian yang dilakukan Arilia (2022) memberikan hasil bahwa tingkat pendapatan berpengaruh positif terhadap kesejahteraan. Penelitian Fadhli dan Fahimah (2021) juga menyatakan gaya hidup seseorang bisa mempengaruhi kesejahteraan. Kesejahteraan psikologis dapat menjadi kekuatan bagi remaja dalam melewati masa kritis dan penuh tantangan pada saat masa remaja (Prabowo, 2016). Dunia psikologi menggunakan istilah kesejahteraan psikologis untuk menggambarkan kesehatan psikologis individu berdasarkan pemenuhan kriteria fungsi psikologi (Ryff, 1995).

Tingkat kesejahteraan psikologis bisa dilihat dari kondisi dimensi kesejahteraan psikologis seseorang (Nopiando, 2012). Konsep kesejahteraan psikologis disusun berdasar pada teori perkembangan sepanjang hidup, yang artinya bahwa kondisi kesejahteraan psikologis seseorang bersifat dinamis dan juga terdapat perbedaan tingkat dalam kesejahteraan psikologis pada individu dari

berbagai kelompok usia Ryff (1989). Lingkungan dan faktor individual juga mempengaruhi kesejahteraan psikologis remaja. Penelitian yang dilakukan Nastasi dan Borja (2016) memberi hasil jika kesejahteraan psikologis remaja dipengaruhi juga oleh faktor individu dan faktor sosial budaya. Faktor individu diantaranya kompetensi yang bernilai budaya, kerentanan pribadi, dan sumber daya pribadi, faktor kultural diantaranya stressor sosial budaya, sumber daya dari sosial budaya, dan norma.

Era saat ini yang dikenal dengan masyarakat 5.0 atau *society 5.0* ialah konsep yang lahir karena adanya revolusi industri 4.0 (Pattiasina et al., 2022). Era *Society 5.0* merupakan istilah perubahan tingkah atau perilaku masyarakat juga individu yang mengikuti perkembangan teknologi dan lebih fokus terhadap kebutuhan manusia. Kehidupan yang semakin modern membawa individu pada pola perilaku yang akan membedakan individu satu dengan individu lain dalam persoalan gaya hidup. Bagi sebagian individu gaya hidup merupakan suatu hal yang dianggap penting karena menjadi sebuah bentuk ekspresi diri (Ngafifi, 2014). Dalam penelitian Hafizh et al., (2022) gaya hidup di era sekarang sangat berkaitan erat dengan kehidupan yang glamour dan hedonis. Membeli suatu barang untuk menunjang penampilan dan gaya hidup yang kerap terjadi khususnya pada remaja.

Pertumbuhan ekonomi yang meningkat di era ini menyebabkan naiknya pendapatan per kapita dan hal ini juga mengubah tingkat daya beli individu menjadi semakin tinggi (Mirza, 2012). Adanya kenaikan pertumbuhan ekonomi yang baik menjadikan pendapatan yang diterima orang tua juga cenderung mengalami kenaikan. Uang jajan remaja biasanya didapatkan dari pemberian orang tua mereka, hasil penelitian Nadzir dan Ingrianti (2015) mengatakan uang jajan yang diberikan orang tua pada anaknya (remaja) ada pada rentang Rp 500.000 – Rp 2.000.000 perbulan, oleh karena itu remaja menganggap kepuasan materi akan merealisasikan keinginannya untuk bergaya hidup hedonis dan dapat mengikuti trend yang berlangsung.

Hasil penelitian Sartika dan Hudaniah (2018) menjabarkan bahwa uang jajan perbulan yang di dapat individu berhubungan dengan gaya hidup hedonis, apabila uang jajan perbulan seseorang khususnya remaja lebih besar dari Rp 1.000.000 maka remaja tersebut memiliki kecenderungan lebih besar untuk bersenang-senang. Semakin banyak uang yang dimiliki maka keinginan untuk membelanjakan uangnya juga semakin tinggi (Setyaningsih, 2013). Remaja yang bersekolah dekat dengan pusat perbelanjaan biasanya cenderung lebih tinggi gaya hidup hedonisnya karena fasilitas seperti mall, dan kafe sangat mudah dijangkau (Fahmi et al., 2019). Remaja merupakan konsumen berbelanja yang dominan dalam kategori *impulsive buying* terutama pada produk fashion (Feliawati, 2008). Selain pengaruh dari teman sebaya dan media sosial, sikap orang tua yang kerap megabulkan dan merealisasikan keinginan anaknya tanpa kontrol menjadi sebab remaja menerapkan gaya hidup hedonis (Ningsih & Putra, 2020).

Berdasarkan penjabaran diatas penerapan gaya hidup hedonis banyak diminati oleh remaja era kini. Kehidupan yang semakin modern membuat remaja makin menginginkan kehidupan hedonis dan *glamour*. Dapat diketahui juga bahwa remaja menyukai gaya hidup hedonis karena hal tersebut akan memberikan mereka kehidupan yang mewah, enak, dan serba ada (Gushevinalti, 2010). Hal tersebut akan memberikan mereka kesenangan dan mendapat pengakuan atas keberadaan dirinya di lingkungan sosial dengan penerapan gaya hidup hedonisnya yang menarik perhatian orang-orang di lingkungan sosialnya.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Penelitian yang dilakukan oleh Khairat et al., (2019) dengan judul “Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi”. Pada penelitian ini mahasiswi dinilai memiliki gaya hidup hedonis tinggi karena menjadikan kesenangan sebagai tujuan hidupnya dan dilakukan semata-mata hanya untuk

meraih tanggapan orang lain dalam mengakui status sosial dirinya. Mahasiswa juga biasanya cenderung membeli barang yang kebanyakan memang tidak dibutuhkan tanpa memikirkannya terlebih dahulu. Hasil penelitian ini menjabarkan adanya hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Penelitian lainnya oleh Subawa et al., (2020) dengan judul “*Hedonism On The Behavior Of Consumer Society as a Global Cultural Transformation*”. Hasil penelitian ini menyatakan pertumbuhan ekonomi dan daya beli masyarakat di Denpasar juga cukup tinggi, sehingga banyak agen penjual merek ternama yang tergolong perusahaan transnasional. Perubahan perilaku membeli masyarakat sudah terjadi sejak tahun 2000 untuk memenuhi perilaku hedonisme konsumtif dengan menggunakan sistem kredit masyarakat atau individu mendapatkan berbagai penawaran dan bonus yang menggiurkan dari penjual. Pada hal itu, jaringan kapitalisme global berperan. Individu menjadi mudah terjebak sehingga menimbulkan perilaku yang dilandasi oleh keinginan semata. Individu harus mempertimbangkan berbagai hal sebelum melakukan praktik pembelian, terutama jika sudah memiliki produk yang sama.

Penelitian mengenai kesejahteraan psikologis dilakukan oleh Maula dan Kustanti (2020) dengan judul “*Hubungan Antara Psychological Well-Being Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Pengguna Go-Pay Yang Menggunakan Promo Cashback Di SMA Negeri 2 Semarang*”. Hasil pada penelitian ini terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kesejahteraan psikologis dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada siswa pengguna Go-pay yang menggunakan promo cashback di SMA Negeri 2 Semarang. Artinya semakin tinggi tingkat kesejahteraan psikologisnya maka semakin rendah tingkat kecenderungan perilaku konsumtif pada siswa pengguna Go-pay yang menggunakan promo cashback di SMA Negeri 2 Semarang dan begitu juga sebaliknya. Hal ini dikarenakan adanya peraturan ketat dari sekolah yang mengarah pada larangan untuk cenderung berperilaku konsumtif.

Penelitian mengenai gaya hidup dengan kesejahteraan dilakukan oleh Fadhli dan Fahimah (2021) dengan judul “Pengaruh Pendapatan, Pendidikan, Dan Gaya Hidup Terhadap Kesejahteraan Keluarga Penerima Manfaat (KPM) Bantuan Sosial Covid-19”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesejahteraan keluarga penerima manfaat (KPM) pada masa pandemi covid-19.

Penelitian yang dilakukan oleh Matud et al., (2019) dengan judul “*Gender and Psychological Well-Being*”. Hasil penelitian ini menjabarkan perbedaan yang signifikan secara statistik ditemukan antara perempuan dan laki-laki dalam beberapa dimensi kesejahteraan psikologis, yaitu laki-laki memiliki nilai lebih tinggi daripada perempuan dalam penerimaan diri dan otonomi, perempuan mendapat nilai tinggi daripada laki-laki dalam pertumbuhan pribadi dan hubungan positif dengan orang lain. Perbedaan yang dinilai tidak terlalu besar pada empat dari enam dimensi kesejahteraan psikologis dalam penelitian ini kemungkinan disebabkan karena perempuan dan laki-laki dalam penelitian ini memiliki tingkat pendidikan yang sama karena pendidikan dan pekerjaan terbukti relevan dengan kesejahteraan psikologis yang dialami.

Penelitian mengenai kesejahteraan psikologis oleh Gassman-Pines et al., (2020) dengan judul “*COVID-19 and Parent-Child Psychological Well-being*”. Hasil penelitian ini menjabarkan keluarga atau individu yang berada di kelas ekonomi bawah memiliki kesejahteraan psikologis yang lebih buruk di masa pandemi. Adanya pandemi menyebabkan bertambahnya jumlah kesulitan yang dialami keluarga seperti kehilangan pekerjaan, kehilangan pendapatan, beban pengasuhan, dan penyakit sehingga menjadikan kesejahteraan orang tua dan anak-anak menurun. Penelitian ini menyarankan perlu adanya peningkatan segera dalam bentuk dukungan sosial dan bantuan tambahan yang ditujukan untuk mengatasi kebutuhan ekonomi dan kesehatan mental keluarga guna memperbaiki kesejahteraan psikologis yang sebelumnya sangat menurun.



Berdasarkan referensi di atas terlihat adanya pengaruh antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif, belum ada penelitian mengenai gaya hidup hedonis dengan kesejahteraan psikologis. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai gaya hidup dengan kesejahteraan menggunakan judul “Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis Dengan Kesejahteraan Psikologis Pada Remaja Di Era Digital”

Pada penjabaran uraian di atas maka muncul pertanyaan “apakah ada hubungan antara gaya hidup hedonis dengan kesejahteraan psikologis pada remaja di Era Digital?”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara gaya hidup hedonis dengan kesejahteraan psikologis pada remaja di Era Digital.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini :

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam dunia psikologi khususnya bidang Psikologi Perkembangan

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan memberikan informasi khususnya untuk warga Kota Bekasi dan khalayak umum yang membacanya, dan untuk menambah pengetahuan serta informasi mengenai bagaimana hubungan antara gaya hidup hedonis dengan kesejahteraan pada remaja.