

**HUBUNGAN KONSEP DIRI DAN INTENSITAS PENGGUNAAN
MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DENGAN GAYA HIDUP
HEDONIS MAHASISWA**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Psikologi Fakultas Psikologi**

Oleh:

SHAFa NURFATHRIA

F 100 180 224

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN KONSEP DIRI DAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA
SOSIAL *INSTAGRAM* DENGAN GAYA HIDUP HEDONIS MAHASISWA**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

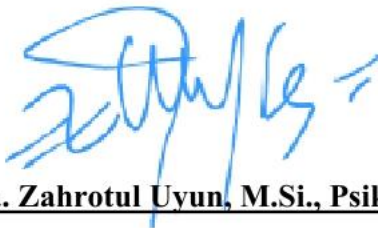
SHAFa NURFATHRIA

F100 180 224

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen

Pembimbing



Dra. Zahrotul Uyun, M.Si., Psikolog

NIK. 592

HALAMAN PENGESAHAN

HUBUNGAN KONSEP DIRI DAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* DENGAN GAYA HIDUP HEDONIS MAHASISWA

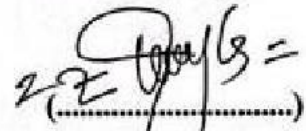
OLEH :

SHAFATHURRATHIA
F100180224

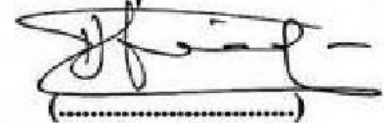
Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Rabu, 25 Januari 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji :

Dra. Zahrotul Uyun, M.Si., Psikolog
(Ketua Dewan Penguji)


(.....)

Dr. Daliman, SU
(Anggota I Dewan Penguji)


(.....)

Dra. Partini, M.Si, Psikolog
(Anggota II Dewan Penguji)


(.....)



Dekan,


Prof. Taufik Kasturi, S.Psi., M.Si., Ph.D.

NIK.NIDN: 799/0629037401

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam publikasi ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 28 September 2022

Penulis



SHAFa NURFATHRIA

F100180224

HUBUNGAN KONSEP DIRI DAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DENGAN GAYA HIDUP HEDONIS MAHASISWA

Abstrak

Gaya hidup hedonis menjadi pola hidup seseorang yang diwujudkan dalam suatu perilaku yang mengutamakan kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan utama hidup. Tujuan penelitian ini mengetahui hubungan konsep diri dan intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan gaya hidup hedonis mahasiswa. Populasi pada penelitian ini Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sampel sebanyak 126 mahasiswa dengan kriteria mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Surakarta, berusia 18-24 tahun, dan menggunakan media sosial *instagram*. Teknik pengambilan sampel *Incidental Sampling* dan menggunakan rumus *Slovin*. Penelitian ini menggunakan tiga skala, skala gaya hidup hedonis, skala konsep diri, dan skala intensitas penggunaan media sosial *instagram*. Analisis data menggunakan uji analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara konsep diri dan intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan gaya hidup hedonis mahasiswa. Hasil uji hipotesis minor satu yaitu variabel konsep diri dengan gaya hidup hedonis diperoleh koefisien korelasi (r) = -0,314 dengan *Sig. (1-tailed)* = 0,000 ($p < 0,01$) yang berarti ada hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dengan gaya hidup hedonis. Pada hipotesis minor dua yaitu variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan gaya hidup hedonis dihasilkan koefisien korelasi (r) = 0,269 dengan *Sig. (1-tailed)* = 0,001 ($p < 0,01$) yang berarti ada hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan gaya hidup hedonis. Berdasarkan hasil analisis diketahui variabel gaya hidup hedonis termasuk dalam kategori rendah dengan presentase 61,9%. Variabel konsep diri termasuk dalam kategori tinggi dengan presentase 71,4%. Dan variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram* termasuk dalam kategori sedang dengan presentase 61,9%. Sumbangan efektif variabel konsep diri dan intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan gaya hidup hedonis sebesar 18,7%. Variabel konsep dalam mempengaruhi gaya hidup hedonis sebesar 10,68% dan variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram* dalam mempengaruhi gaya hidup hedonis sebesar 8,02%.

Kata Kunci : Mahasiswa, Gaya Hidup Hedonis, Konsep Diri, Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram*

Abstract

Hedonic lifestyle is a person's way of life that is being implemented in behaviour that prioritise indulgence and pleasure as the main purposes of life. The purpose of this research to find the relationship between self-concept and the intensity of instagram social media users with hedonic lifestyle of student. The population in this study are students of Muhammadiyah University of Surakarta. The research sample was 126 students in Muhammadiyah University of Surakarta, age 18 until 24 years old, and using instagram social media. The sampling technique uses purposive sampling and slovin formula. This research is using a scale of self-concept, a scale of the intensity of instagram social media users and a scale of hedonic lifestyle. Data were analyzed by multiple linier regression. The results of data analysis showed a significant relation between self-concept and the intensity of instagram social media usage with hedonic lifestyle of student.. The result of the first minor hypothesis between self-concept and hedonic lifestyle, the correlation coefficient r = -0,314 and *Sig. (1-tailed)* = 0,000

($p < 0,01$) which means that there is a significant negative relation between self-concept and hedonic lifestyle. The result of the second minor hypothesis between the intensity of instagram social media users and hedonic lifestyle, the correlation coefficient $r = 0,269$ and Sig. (1-tailed) = 0,001 ($p < 0,01$) which means that there is a significant positive relation between the intensity of instagram social media users and hedonic lifestyle. Based on the results of the analysis the variable of hedonic lifestyle in the low category with 61.9%. The variable of self-concept in the high category with 71,4%. And the variable of intensity of instagram social media users in the medium category with 61,9%. The effective contribution of self-concept and the intensity of instagram social media users with hedonic lifestyle is 18,7%. Self-concept variable contributes to hedonic lifestyle by 10,68% and the intensity of instagram social media users variable contributes to hedonic lifestyle is 8,02%.

Keywords : Student, Hedonic Lifestyle, Self-Concept, The Intensity of Instagram Social Media Usage

1. PENDAHULUAN

Perkembangan yang semakin modern dan teknologi yang semakin canggih dapat menyebabkan meningkatnya keinginan dan hasrat masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Salah satunya adalah gaya hidup hedonis yang menjamur dimasyarakat terlebih lagi gaya hidup ini menjadi *trend* tanpa disadari oleh kaum muda yaitu mahasiswa. Sebagai bagian dari generasi penerus bangsa, mahasiswa mudah dipengaruhi oleh *trend* dan gaya hidup hedonis yang tercermin pada perilaku mereka sehari-hari. Mahasiswa berlomba-lomba dan memimpikan kehidupan yang nyaman. Fakta adanya fenomena tersebut tercermin dari perilaku mahasiswa seperti berfoya-foya, nongkrong di kafe dan pusat perbelanjaan, hanya untuk mendapatkan kesenangan semata. Gaya hidup hedonis adalah gaya hidup yang menitikberatkan pada kesenangan yang dianggap berharga dan bermanfaat, hal ini dapat direpresentasikan dengan uang. Uang merupakan suatu yang bernilai bagi kehidupan manusia, artinya dengan uang manusia bisa mendapatkan apa yang diinginkan berupa makanan, tempat tinggal, status barang (*branded*), dengan begitu manusia akan merasa senang tanpa harus merasakan kesakitan yang dianggap buruk (Kamaruddin, dkk, 2022).

Hedonisme merupakan bagian dari budaya liberal yang telah masuk ke Indonesia, hal tersebut terlihat pada masyarakat Indonesia yang saat ini memiliki gaya hidup *glamour* yang berlebihan, boros, selalu mengikuti hal yang kekinian, bahkan pergaulan bebas yang berorientasi pada kesenangan semata. Bentuk-bentuk perilaku hedonisme yang ditunjukkan mahasiswa seperti berbelanja (*shopping*) barang-barang *branded* dengan mengeluarkan biaya yang tidak sedikit demi untuk memenuhi keinginannya. Nongkrong dan menghabiskan waktu di *mall*, *café*, bioskop bersama keluarga atau teman-teman dengan membagikan aktivitas tersebut di media sosial agar orang lain mengetahui apa yang sedang dia lakukan. Adanya media sosial *instagram* menjadi salah satu faktor yang menyebabkan mahasiswa berperilaku hedonisme. Menurutny ketika hendak membeli barang dia harus melihat media sosial untuk mengetahui model pakaian yang sedang *trend*

atau melihat akun media sosial orang yang diidolakan karena barang yang digunakan oleh seseorang yang diidolakannya menjadi pertimbangan mahasiswa dalam membeli suatu barang. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 tahun 2012 mengenai Perguruan Tinggi, mahasiswa sebagai peserta didik pada jenjang ini. Mahasiswa merupakan bagian suatu kelompok dalam masyarakat yang memperoleh statusnya karena ikatan dengan perguruan tinggi (Azzarah & Aisyah, 2019). Dalam kehidupan perkuliahan sendiri, ada banyak sekali gaya hidup mahasiswa dapat dijumpai namun tergantung dari tipe mahasiswa dan latar belakang kehidupan mereka. Gaya hidup hedonis yang terjadi di kalangan mahasiswa antara lain selalu ingin bersenang-senang, kebiasaan ingin membeli barang-barang *branded*, hasrat untuk membayar secara kredit meski sebagai mahasiswa belum mandiri secara finansial. Bagi mahasiswa, kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan hidup mereka (Jennyya, dkk, 2021).

Gaya hidup hedonis marak dikalangan mahasiswa, mereka menganggap bahwa gaya hidup hedonis wajar dikalangan teman sebayanya. Sedangkan kenyataannya mayoritas dari mahasiswa secara finansial belum mandiri dengan masih meminta uang saku dari orang tua. Tidak akan menjadi masalah jika orangtua mereka mampu mencukupi kebutuhannya tersebut akan tetapi jika pada kenyataannya justru sebaliknya (Setyawati, 2018). Perkembangan *hedonistic lifestyle* dapat merugikan mahasiswa dalam perkuliahan jika sampai pada tahap berat, yaitu enggan mengunjungi perpustakaan, sering menitip absen kepada teman dan memilih menghabiskan waktu untuk bersenang-senang bersama teman. Perilaku yang muncul ini menjadi suatu aktivitas yang dipilih mahasiswa guna mendapatkan kesenangan semata (Dewi, dkk, 2021).

Mahasiswa dengan konsep diri yang ideal, maka akan menerima keadaan ekonominya dan tidak berusaha mencapai sesuatu diluar batas kemampuannya (Fitri, 2021). Mahasiswa dengan konsep diri yang tidak baik mempunyai gaya hidup hedonis serta tidak peduli dengan lingkungannya (Nabila & Handayani, 2019). Faktor eksternal yang mempengaruhi mahasiswa menjadi hedonis adalah pengaruh dari media sosial yang digunakan. Saat seseorang sering melihat bagaimana orang lain bersenang-senang dengan barang mahal, berkumpul di kafe, akan mudah bagi mahasiswa tertarik untuk mengikutinya menggunakan barang-barang mewah seperti halnya dari segi pakaian, makanan, *gadget*, dan barang *branded* lainnya. Dengan mengakses media sosial *instagram* saat ini membuat para mahasiswa selalu *update* informasi terkini dan yang sedang viral. Tidak sedikit mahasiswa yang sering mengakses media sosial *instagram* bahkan saat ada kegiatan berlangsung, kemudian megunggah gambar atau video mereka serta memeriksa unggahan dari pengguna lain sebagai salah satu indikator gaya hidup hedonis (Sa'adah & Nida, 2022).

Secara etimologi kata hedonisme berasal dari bahasa Yunani, dari kata "*Hedone*" yang berarti kenikmatan atau kesenangan. Kotler dan Amstrong (1997) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang mengarahkan aktivitas seseorang untuk mencari kesenangan

hidup antara lain lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disukai namun kurang dibutuhkan, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian. Menurut Solomon (2009), gaya hidup hedonis merupakan perilaku atau kebiasaan individu untuk menghabiskan waktunya hanya demi bersenang-senang bersama teman dan ingin menjadi pusat perhatian di lingkungannya. Aktivitas apapun yang dilakukan demi mencapai kenikmatan, bagaimanapun caranya, apapun sarannya, dan apapun akibatnya.

Menurut Kotler dan Amstrong (1997) terdapat 3 aspek gaya hidup hedonis yang didasarkan pada AIO (Activities, Interest, Opinion). Aspek aktivitas (Activities), merupakan cara bagi individu menggunakan waktunya sebagai bentuk tindakan yang nyata. Bagi mahasiswa dengan gaya hidup hedonis mereka menyukai hal yang praktis serta instant, uang yang diberikan orang tua kepada mahasiswa yang memiliki gaya hidup hedonis akan dihabiskan demi memuaskan nafsu dan kesenangan semata berapapun jumlah yang diberikan. Aspek minat (Interest), ialah hal yang timbul dari dalam diri individu berkaitan dengan kondisi sekitar individu yang mengakibatkan seseorang mengalami perasaan puas dalam memperhatikan hal tertentu. Artinya meliputi menarik perhatian orang lain sehingga individu membeli barang mewah agar menarik perhatian para pengikutnya di media sosial. Aspek opini (Opinion), merupakan bentuk respon individu dalam menanggapi atau merespon beragam situasi mengenai dirinya serta produk yang berkaitan dengan kesenangan hidup. Mahasiswa memandang bahwa kesenangan merupakan tujuan utama. Menganggap bahwa orangtua selalu dapat memenuhi kebutuhannya dengan uang saku yang dimiliki digunakan untuk mengejar kesenangan semata. Aspek ini terkait makna yang lebih dalam memandang seberapa penting perilaku hedonis dalam bagi hidupnya. Faktor-faktor gaya hidup hedonis yang dikemukakan Kotler dan Amstrong (1997), berfokus lebih kepada kesenangan atau kenikmatan hidup. Adapun faktor internal yang dapat mempengaruhi gaya hidup hedonis yaitu religiusitas, sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, dan motif. Adapun faktor eksternal yang dapat mempengaruhi gaya hidup hedonis yakni *peer attachment*, *individualism*, penggunaan media sosial, kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

Konsep diri menurut Berzonsky (1986) adalah cara bagaimana individu memberi persepsi atau menilai diri sendiri berdasarkan harapan, bagaimana penerimaannya terhadap diri sendiri sebagaimana yang dirasakan, diyakini dan dilakukan, baik ditinjau dari segi fisik, moral, keluarga, personal dan sosial. Menurut Farida, dkk (2021) *self concept* atau konsep diri dapat diartikan sebagai persepsi, perasaan, keyakinan atau sikap seseorang tentang dirinya, kualitas pensifatan individu tentang dirinya dan suatu sistem pemaknaan individu dan pandangan orang lain tentang dirinya.

Berzonsky (1986) menjelaskan bahwa dalam konsep diri terdapat empat aspek yaitu aspek

fisik, aspek psikis, aspek sosial dan aspek moral. Aspek fisik (*Physical self*), meliputi penilaian individu terhadap segala sesuatu yang dimilikinya, seperti tubuh, pakaian dan benda yang dimiliki. Aspek psikis (*Psychological self*), mencakup pikiran, perasaan dan sikap yang dimiliki individu terhadap diri sendiri. Aspek sosial (*Social self*). Meliputi bagaimana peranan individu dalam lingkup peran sosialnya dan penilaian individu terhadap peran tersebut. Aspek moral (*Moral self*), ini merupakan nilai dan prinsip yang memberi arti dan arah dalam hidup individu dan memandang nilai etika moral dirinya, seperti kejujuran, tanggung jawab atas kegagalan yang dialaminya, religiusitas, serta kesesuaian perilakunya dengan norma-norma masyarakat yang ada. Sementara Rakhmat (2007) dalam bukunya menyebutkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsep diri adalah orang lain dan kelompok rujukan.

Menurut Del Barrio (2004) intensitas adalah banyaknya suatu kegiatan yang dilakukan seseorang dan dapat dilihat dari frekuensi, durasi, perhatian dan penghayatan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) intensitas merupakan suatu keadaan tingkatan atau ukuran intensnya seseorang. Menurut Hidayatun (2015) intensitas penggunaan media sosial berdasarkan kualitas merupakan bentuk perhatian dan ketertarikan yang dilakukan seseorang dalam menggunakan media sosial serta emosional dimana didalamnya terlibat minat dan penghayatan yang timbul ketika mengakses media sosial seseorang sedangkan berdasarkan kuantitas intensitas atau banyaknya kegiatan yang dilakukan dapat dilihat dari frekuensinya.

Terdapat beberapa aspek dalam pembentukan intensitas menurut Del Barrio (2004) dan hubungannya dengan media sosial yaitu aspek perhatian (*Attention*), aspek penghayatan (*Comprehension*), aspek durasi (*Duration*), dan aspek frekuensi (*Frequency*). Aspek perhatian (*Attention*), adalah ketertarikan seseorang terhadap suatu kegiatan yang berhubungan dengan minatnya dan akan menjadi lebih kuat dan intensif jika diibaratkan dengan kegiatan lain yang tidak memunculkan minat tertentu. Seseorang mempunyai perhatian yang mendalam ketika mengakses media sosial yang disukai, sehingga orang tersebut dapat menikmati kegiatan yang dilakukannya. Aspek penghayatan (*Comprehension*), merupakan pemahaman serta penyerapan terhadap informasi dengan adanya upaya yang dilakukan individu untuk memahami, menikmati, menghayati dan menyimpan suatu informasi maupun pengalaman yang diperoleh sebagai pengetahuan. Seseorang suka meniru serta mengaplikasikan bahkan dapat terpengaruh oleh hal atau informasi yang ada di media sosial. Aspek durasi (*Duration*), merupakan lamanya jarak waktu, rentang waktu atau lamanya suatu kegiatan yang sedang berlangsung. Seringkali ketika seseorang menggunakan media sosial dapat menyebabkan seseorang tersebut menjadi lupa waktu karena terlalu menikmati dalam menggunakan media sosial. Aspek frekuensi (*Frequency*), merupakan banyaknya pengulangan kegiatan atau perilaku yang dilakukan berulang kali baik secara sengaja maupun tidak sengaja. Frekuensi tertuju pada sesuatu yang dapat diukur dengan hitungan atau dengan waktu. Faktor-faktor

yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial sebagai salah satu gaya hidup menurut Ainiyah (2018) adalah eksistensi, perhatian, pendapat, menumbuhkan citra, komunikasi dan sosialisasi, ajang untuk berprestasi, menambah wawasan, dan mengeluarkan apa yang dirasakan.

Sesuai dengan penjabaran di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji apakah konsep diri dan intensitas penggunaan media sosial *instagram* berhubungan dengan gaya hidup hedonis mahasiswa. Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah ada Hubungan Konsep Diri dan Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* dengan Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa. Untuk itu penulis mengambil judul penelitian “Hubungan Konsep Diri dan Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* dengan Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa”.

2. METODE

Penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Populasi pada penelitian ini yaitu 27.450 Mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Surakarta (Mahasiswa UMS, 2022). Penentuan sampel didasarkan pada rumus formula *Slovin* dengan taraf 10%. Menggunakan sampel sebanyak 126 mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Surakarta, terdiri dari 52 mahasiswa laki-laki dan 74 mahasiswa perempuan. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Incidental Sampling* dimana pada proses pengambilan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan sampel yang kebetulan ditemui dengan peneliti. Kemudian responden yang dirasa cocok dijadikan sebagai sumber data (Sugiyono, 2017). Kriteria subjek dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif S1 Universitas Muhammadiyah Surakarta, berusia 18 sampai 24 tahun, dan menggunakan media sosial *instagram*.

Reliabilitas penelitian ini menggunakan *Cronbach Alpha* dengan bantuan *software SPSS 21 for windows*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan *link google form* yang berisi kuesioner penelitian secara daring melalui *Whatsapp* dan *Instagram* dan dilakukan pada tanggal 24 November 2022 sampai dengan 30 November 2022. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha*. Hasil reliabilitas skala gaya hidup hedonis sebesar 0,585, pada skala konsep diri sebesar 0,828, dan pada skala intensitas penggunaan media sosial *instagram* sebesar 0,799.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan 126 responden Mahasiswa Aktif Universitas Muhammadiyah Surakarta, dengan 41% responden laki-laki dan 59% responden perempuan yang rata-rata berusia 22 tahun. Penelitian ini menggunakan uji Normalitas dan Linieritas untuk analisis uji asumsi. Pengujian menggunakan *Test of Normality* dengan melibatkan *Kolmogorov-Smirnov*, dimana sebaran dikatakan normal apabila $sig > 0,05$ dan tidak normal apabila $sig < 0,05$. Hasil uji

normalitas dapat dilihat pada tabel 1:

Tabel 1. One Sample Kolmogrov-Smirnov Test

No.	Variabel	N	Kolmogrov-Smirnov Z	Asym Sig. (2-tailed)	Distribusi Data
1	Gaya Hidup Hedonis	126	1,022	0,247	Normal
2	Konsep Diri	126	0,559	0,913	Normal
3	Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram	126	1,147	0,144	Normal

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat variabel gaya hidup hedonis diperoleh nilai *sig* sebesar $0,247 > 0,05$. Pada variabel konsep diri diperoleh nilai *sig* sebesar $0,913 > 0,05$. Dan pada variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram* diperoleh nilai *sig* sebesar $0,144 > 0,05$. Sehingga dapat diartikan bahwa uji normalitas pada sebaran data dari ketiga variabel pada penelitian ini dikatakan normal.

Uji asumsi selanjutnya yaitu linieritas yang digunakan untuk mengetahui adanya hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel tergantung. Model statistik yang digunakan untuk melihat linieritas adalah *Linearity* dan *Deviation from Linnearity*. Apabila *Sig Linearity* dikatakan $< 0,05$ maka dikatakan linier. Sebaliknya, apabila *Sig Linearity* $> 0,05$ maka dikatakan sebaran tidak linier. Sedangkan pada nilai *Deviation from Linnearity*, jika *Deviation from Linnearity* $> 0,05$ maka sebaran dikatakan linier dan apabila *Deviation from Linnearity* $< 0,05$ maka sebaran dikatakan tidak linier. Jika salah satu diantara *Sig Linearity* dan *Deviation from Linnearity* memenuhi dapat dikatakan linier. Hasil uji linearitas dapat dilihat pada tabel 2:

Tabel 2. Hasil Uji Linieritas

No.	Variabel	Linierity		Deviation from Linnearity		Keterangan
		F	Sig.	F	Sig.	
1	Konsep Diri dengan Gaya Hidup Hedonis	12,880	0,001	0,775	0,780	Linier
2	Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Gaya Hidup Hedonis	11,363	0,001	1,689	0,029	Linier

Uji linieritas antara variabel gaya hidup hedonis dan konsep diri telah memenuhi sebaran data yang linier. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai $(F) = 12,880$, *linierity sig* $= 0,001 < 0,01$ serta *Deviation from Linnearity* $0,780 > 0,05$ yang dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang

linier antara gaya hidup hedonis dan konsep diri. Kemudian uji linieritas antara variabel gaya hidup hedonis dan intensitas penggunaan media sosial *instagram* telah memenuhi sebaran data yang linier dibuktikan dengan perolehan nilai $(F) = 11,363$, *linierity sig* = $0,001 < 0,01$ serta *Deviation from Linnearity* $0,029 > 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang linier antara gaya hidup hedonis dan intensitas penggunaan media sosial *instagram*.

Hasil uji reliabilitas pada variabel gaya hidup hedonis diperoleh nilai sebesar 0,585, variabel konsep diri diperoleh nilai sebesar 0,828 dan variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram* diperoleh nilai sebesar 0,799. Dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel tersebut dinyatakan reliabel.

Pada variabel konsep diri dan intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan gaya hidup hedonis diperoleh korelasi $(r) = 0,432$, nilai $(F) = 14,134$ dan nilai *Sig* sebesar $0,000 < 0,01$ dapat dinyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan antara konsep diri dan intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan gaya hidup hedonis. Menurut Kotler dan Armstrong (1997), terdapat faktor-faktor gaya hidup hedonis yaitu faktor internal adalah religiusitas, sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, dan motif. Karakteristik individu dengan konsep diri yang negatif maka sangat besar kemungkinan individu tersebut akan memiliki gaya hidup hedonis. Adapun faktor eksternal yang dapat mempengaruhi gaya hidup hedonis yakni *peer attachment*, *individualism*, penggunaan media sosial, kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan. Penggunaan media sosial memperkuat kecenderungan perilaku hedonis salah satunya adalah *social comparison*, ingin selalu mengikuti *trend*, menghabiskan waktu dengan berkumpul, mengunjungi wisata- wisata terbaru, dan menghabiskan uang yang dimiliki untuk berbelanja barang yang di inginkan meskipun tidak membutuhkan. Sehingga dapat dikatakan bahwa salah satu penentu *trend* gaya hidup hedonis belakangan makin berkiblat pada dinamisme unggahan visual di *instagram*. (Kotler & Armstrong, 1997).

Pada hasil uji hipotesis minor yaitu variabel konsep diri dengan gaya hidup hedonis diterima. Hal ini dilihat dari nilai korelasi $r = -0,314$ dengan *Sig. (1-tailed)* = $0,000$ ($p < 0,01$) yang berarti ada hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dengan gaya hidup hedonis. Artinya semakin tinggi konsep diri yang dimiliki mahasiswa, maka akan semakin rendah gaya hidup hedonis nya. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah konsep diri yang dimiliki mahasiswa, maka akan semakin tinggi gaya hidup hedonisnya. Hal ini sejalan dengan pernyataan Tjipto (2006), jika remaja memiliki konsep diri yang positif maka akan menerima dirinya sendiri, peduli dengan lingkungan sekitar, dan memiliki perilaku yang tidak mudah terpengaruh oleh hal-hal yang akan berdampak negatif pada dirinya sendiri, sehingga perilaku gaya hidup hedonisnya rendah. Konsep diri yang negatif akan mengakibatkan remaja memiliki perilaku gaya hidup hedonis yang cenderung tidak peduli dengan lingkungan sekitar, menjadi *followers*, mudah untuk dipengaruhi orang lain,

dan ingin diperhatikan, sehingga perilaku gaya hidup hedonisnya tinggi. Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Almira, yang menunjukkan bahwa konsep diri mempengaruhi perilaku gaya hidup hedonis siswa SMA Negeri 4 Surakarta sebesar 22% atau diperoleh hubungan negatif yang sangat signifikan antara konsep diri dengan gaya hidup hedonis. Hal ini berarti bahwa konsep diri yang positif akan menurunkan gaya hidup yang hedonis. Artinya seseorang dengan konsep diri yang tinggi memunculkan sikap seseorang dengan rasional hidup yang tinggi, kecenderungan menjadi contoh bagi orang lain, mudah untuk mempengaruhi orang dan memiliki sikap mandiri. Sehingga perilaku gaya hidup hedonisnya rendah (Pontania, 2016).

Hasil penelitian ini menunjukkan sumbangan efektif pada variabel konsep diri dalam mempengaruhi gaya hidup hedonis yaitu sebesar 10,68%. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Findhi, yaitu menunjukkan bahwa konsep diri mempengaruhi gaya hidup hedonis pada mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta angkatan 2016 yang berjumlah 181 mahasiswa dan sebagian besar masuk dalam kategori sedang dengan presentase 55,52% (Fitri, 2021).

Pada variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan gaya hidup hedonis dihasilkan nilai korelasi $r = 0,269$ dengan *Sig. (1-tailed) = 0,001* ($p < 0,01$) yang berarti ada hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan gaya hidup hedonis. Artinya semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial *instagram* mahasiswa, maka semakin tinggi pula gaya hidup hedonis mahasiswa. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah intensitas penggunaan media sosial *instagram* mahasiswa maka akan semakin rendah pula gaya hidup hedonis mahasiswa tersebut. Hal ini sejalan dengan pernyataan Hal ini sejalan dengan pernyataan Nazry & Amri (2018) bahwa gaya hidup berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Dengan kemajuan zaman dan canggihnya teknologi, maka semakin berkembang penerapan gaya hidup oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut dapat dilihat dari media sosial *instagram* yang memiliki jutaan pengikut di dunia. Adanya selebgram di *instagram* merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis tiap individu. Media sosial *instagram* menjadi pengaruh besar dalam perubahan gaya hidup penggunanya dengan konten yang diberikan melalui para selebgram seperti memakai barang *branded* dan modis yang membuat para *followers* dari selebgram tersebut cenderung mengikuti gaya hidup hedonis mereka. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Monica, dapat diketahui bahwa penggunaan media sosial *instagram* berpengaruh terhadap gaya hidup hedonis sebesar 59,30% dengan kategori sedang. Seperti yang kita ketahui, semakin tinggi tingkat penggunaan media sosial *instagram* tentu akan berpengaruh pada tingkat gaya hidup hedonis individu (Utari, 2017).

Hasil penelitian ini menunjukkan sumbangan efektif variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan gaya hidup hedonis sebesar 8,02%. Hal ini sejalan dengan penelitian

terdahulu yang telah dilakukan oleh Sri dan Ardian pada remaja di Kota Pekanbaru dengan usia 14 sampai 24 tahun. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial *instagram* mempengaruhi gaya hidup hedonis pada remaja yaitu sebesar 7,13% yang mana memiliki hubungan yang positif, artinya semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial *instagram*, maka semakin tinggi pula gaya hidup hedonis pada remaja (Wahyuningsih & Putra, 2020).

Tingkat konsep diri dan intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan gaya hidup hedonis mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta berjenis kelamin laki-laki sebesar 41% sedangkan pada mahasiswa berjenis kelamin perempuan sebesar 59%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsep diri dan intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan gaya hidup hedonis mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta berjenis kelamin perempuan lebih tinggi dibanding mahasiswa berjenis kelamin laki-laki.

Pada penelitian ini, tingkat gaya hidup hedonis mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta tergolong rendah yaitu sebesar 61,9%. Sehingga dapat dikatakan bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta sedikit menunjukkan aspek-aspek gaya hidup hedonis seperti aspek aktivitas, aspek minat dan aspek pendapat. Kemudian pada tingkat konsep diri mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta tergolong tinggi yaitu sebesar 71,4%. Sehingga dapat dikatakan bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta sangat cukup dalam menunjukkan aspek-aspek konsep diri seperti aspek fisik, aspek psikis, aspek sosial dan aspek moral. Dan tingkat intensitas penggunaan media sosial *instagram* mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta tergolong sedang yaitu sebesar 61,9%. Sehingga dapat dikatakan bahwa mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta cukup menunjukkan adanya aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial *instagram* seperti aspek perhatian, aspek penghayatan, aspek durasi, dan aspek frekuensi.

Pada penelitian ini terdapat kelemahan yaitu dalam pengambilan data penelitian ini menggunakan *google form* sehingga peneliti tidak bisa memantau kesesuaian jawaban responden dengan keadaan sebenarnya. Pilihan jawaban pada skala variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram* seharusnya menggunakan kata sering atau tidak sering.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara konsep diri dan intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan gaya hidup hedonis mahasiswa. Ada hubungan negatif yang signifikan antara konsep diri dengan gaya hidup hedonis mahasiswa. Artinya semakin tinggi konsep diri yang dimiliki mahasiswa, maka akan semakin rendah gaya hidup hedonis mahasiswa. Begitu juga sebaliknya,

semakin rendah konsep diri yang dimiliki mahasiswa, maka akan semakin tinggi gaya hidup hedonis mahasiswa. Kemudian, ada hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial *instagram* dengan gaya hidup hedonis mahasiswa. Artinya semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial *instagram* mahasiswa, maka semakin tinggi pula gaya hidup hedonis mahasiswa. Begitupun sebaliknya, semakin rendah intensitas penggunaan media sosial *instagram* mahasiswa maka akan semakin rendah pula gaya hidup hedonis mahasiswa tersebut.

Sumbangan efektif variabel bebas terhadap variabel tergantung pada penelitian ini yaitu sebesar 18,7%. Dengan rincian variabel konsep diri dalam mempengaruhi gaya hidup hedonis sebesar 10,68% dan variabel intensitas penggunaan media sosial *instagram* dalam mempengaruhi gaya hidup hedonis sebesar 8,02% dan sisanya 81,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian seperti religiusitas, sikap maupun motif dari individu, pengalaman dan pengamatan individu, kelas sosial individu, faktor kebudayaan dan sebagainya.

Tingkat gaya hidup hedonis mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta pada penelitian ini tergolong rendah yaitu sebesar 61,9%. Kemudian, tingkat konsep diri mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta tergolong tinggi yaitu sebesar 71,4%. Dan tingkat intensitas penggunaan media sosial *instagram* mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta tergolong sedang yaitu sebesar 61,9%.

Dari paparan diatas, penulis ingin memberikan saran diantaranya bagi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta diharapkan untuk lebih bisa mengatur hidupnya dengan mengalihkan waktu senggang untuk hal yang positif, lebih bisa mengontrol dirinya terhadap suatu barang atau jasa yang digunakan sesuai dengan manfaatnya dan tidak mengonsumsi barang atau jasa apabila tidak memberikan keuntungan atau manfaat yang baik. Perlu mempertimbangkan kebutuhan bukan berdasarkan keinginan dengan cara membuat daftar skala prioritas. Kemudian mahasiswa diharapkan dapat mempertahankan konsep diri yang baik, lebih memahami dirinya dan lebih percaya diri akan penampilan dirinya serta mensyukuri apa yang dimiliki. Serta mahasiswa seharusnya lebih meminimalisir penggunaan media sosial *instagram* karena dalam hasil penelitian disebutkan bahwa penggunaan media sosial *instagram* dapat mempengaruhi gaya hidup hedonis mahasiswa sehingga tidak akan mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar. Saran untuk Universitas Muhammadiyah Surakarta diharapkan mampu mendorong mahasiswa yang berkontribusi di bidang psikologi perkembangan, psikologi positif, dan psikologi sosial untuk membuat kegiatan rancangan program dalam mencegah gaya hidup hedonis pada mahasiswa. Hal ini dapat berguna untuk seluruh mahasiswa dan masyarakat umum dalam mengenali gaya hidup hedonis yang berdampak dalam konteks individual maupun sosial. Adapun saran untuk peneliti selanjutnya untuk menguji faktor eksternal maupun internal yang lain terhadap gaya hidup hedonis atau menggunakan subjek dengan kriteria yang berbeda agar hasil penelitian lebih dalam dan luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainiyah, N. (2018, April). Remaja Millennial Dan Media Sosial : Media Sosial Sebagai Media Informasi Pendidikan Bagi Remaja Millennial. *JPII, Volume 2, Nomor 2*, 221-236.
- Alis Setyawati. (2018). *Hubungan Kontrol Diri dan Orientasi Nilai Materialistis Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Jurusan Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Skripsi.
- Aula Sa'adah, M., & Hasanatun Nida, N. (2022). Interaksi Pengguna Media Sosial Dengan Gaya Hidup Hedonisme Ibu-Ibu Muda. *Jurnal Psikologi, Vol. 6 No. 1*, 52-60.
- Azwar, S. (2018). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azzarah, P. N., & Aisyah. (2019, Desember). Perilaku Hedonisme Mahasiswa Di Trans Studio Mall Makassar. *Jurnal Berita Sosial, Volume 9, Nomor 2*, 43-60.
- Berzonsky, D. M. (1986). *Adolescent Development*. London: McMillan Publishers.
- Data mahasiswa Strata 1 UMS. (2022). Dipetik September 2022, dari <https://star-akreditasi.ums.ac.id/monitoring/mahasiswa/per-angkatan>
- Del Barrio, V. (2004). *Television & Violent Behavior*. Social Behavior and Personality Research.
- Dewi, Fatmala., L., Nur'aini, S., & Kusumaningtyas, N. (2021). Citra Diri Terhadap Kecenderungan Hedonistic Lifestyle Pada Mahasiswa. *Psycho Idea, Volume 19 Nomer 01*, 25-34.
- Emy Prastiwi, I., & Nur Fitria, T. (2018). Budaya Hedonisme dan Konsumtif dalam Berbelanja Online Ditinjau dari Perpektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(03)*, 731-736.
- Fitri, F. A. (2021, Januari). Hubungan Antara Konsep Diri dengan Gaya Hidup Mahasiswa. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling, Volume 7, Nomer 1*, 53-62.
- Hanifrianti, B. H. (2017). *Pengaruh Konsep Diri Dan Gaya Belajar Terhadap Motivasi Berprestasi Santri Putri SMA 1 Ibrahimy Kelas XI Pondok Pesantren Selafiyah Syaffi'yah Sukorejo Situbondo*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Fakultas Psikologi. Skripsi.
- Hidayatun, U. (2015). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Dan Dukungan Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Muhammadiyah 3 Yogyakarta Tahun Pelajaran 2014//2015. *E-Journal Bimbingan dan Konseling, Edisi 10 Tahun ke-4*, 1-13.
- Jennyya, V., Pratikno, M. H., & Rumampuk, S. (2021, Juli-September). Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal Holistik, Vol. 14 No. 3*, 1-16.
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020, Juni). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Vol. 4 No. 1*, 41-57.
- Kamaruddin, Mustaqim, H., & Ummu, A. T. (2022, Juni). Pengaruh Motivasi Belajar Dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Universitas Ibnu Sina Batam. *Jurnal Sains Sosio Humaniora, Volume 6, Nomor 1*, 357-370.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1997). *Principles of Marketing. Edisi 3*. Jakarta: Prehalindo.

- Nabila, Q., & Handayani, S.Psi, M.Si, A. (2019, Oktober). Konsep Diri dan Konformitas Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Pada Remaja di SMA Hidayatullah Semarang. *Konferensi Ilmiah Mahasiswa Unissula (KIMU) 2*, (hal. 1110-1118). Semarang.
- Nazry, M. A., & Amri, A. (2018). Refleksi Fenomena Gaya Hidup Hedonisme Pada Akun Instagram (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Syiah Kuala). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3 (3).
- Pontania, A. R. (2016, Februari). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Siswa Sma Negeri 4 Surakarta.
- Prasetyo, H. Y. (2019, September). Hubungan Intensitas Penggunaan Instagram dengan Perilaku Hedonisme Pada Mahasiswa Bimbingan dan Konseling. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan dan Konseling*, Volume 5, Nomer 9, 684-692.
- Putri, L. M. (2020). *Hubungan Intensitas Akses Media Sosial Dengan Keterampilan Sosial Pada Mahasiswa Baru Fakultas Ushuluddin Dan Humaniora Tahun 2019/2020 UIN Walisongo Semarang*. Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Skripsi.
- Rakhmat, D. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosda Karya.
- Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. K. (2009). *ConsumerBehavior*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugono, D., Sugiyono, Maryani, Y., & Qodratillah, M. T. (2008). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Kamus Pusat Bahasa.
- Supratiknya, A. (1998). *Psikometri*. Yogyakarta: Pusat Penerbitan dan Pengembangan Sumber Belajar, Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma.
- Syamsuardi, S., & Ilyas, A. (2021). Analysis of Students's Self-Trust Assessed From The Intensity of Use of Instagram Social Media. *Jurnal Neo Konseling*, Vol 3 Number 1, 73-82.
- Tjipto, S. (2006). *Konsep Diri Positif Menentukan Prestasi Anak*. Yogyakarta: Kanisius.s.
- Ulfairah, N. A. (2021). Hubungan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Kecamatan Sutera. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Volume 5 Nomor 2, 5470-5475.
- Utari, M. (2017, Oktober). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *JOM FISIP*, Vol. 4 No. 2, 1-22.
- Wahyuningsih, S., & Adi Putra, A. (2020, Februari). Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja. *Jurnal Psikologi*, VOL. 3 No. 2, 113-118.
- We Are Social & Hootsuite*. (2022). Diambil kembali dari Andi.Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Yuliara, I. (2016). *Regresi Linier Berganda*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Yuliyasinta, & Edwina DS, T. N. (2017). Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Ditinjau Dari Harga Diri. *Prosiding SEMNAS Penguatan Individu di Era Revolusi Informasi*, 344-352.