

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Remaja yang notabene masih duduk dibangku SMA hingga masa perkuliahan memiliki kewajiban dalam mengemban pendidikan, berprestasi, malah terjerumus dalam pergaulan yang mengarah pada pemenuhan kebutuhan hidup. Hal ini karena pada masa remaja, memiliki rasa keingintahuan yang tinggi. Sehingga Remaja ingin mencoba banyak hal yang baru dalam kehidupannya yang akan menentukan gaya hidup Remaja itu.

Fenomena gaya hidup tampak terlihat di kalangan remaja, menurut Monks dkk (Nashori, 2012) remaja memang menginginkan agar penampilan, gaya tingkah laku, cara bersikap, dan lain lainnya akan menarik perhatian orang lain, terutama kelompok sebaya. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan sosial sehingga berusaha untuk mengikuti perkembangan yang terjadi seperti cara berpenampilan. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain atau kelompok teman sebaya menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang tren, misalnya saja pemilihan model pakaian dengan merek terkenal, penggunaan telepon genggam (HP) dengan fasilitas layanan terbaru dan merk yang bagus serta harga yang lumayan mahal, berbelanja di pusat perbelanjaan terkenal seperti mall daripada berbelanja di pasar tradisional atau sekedar jalan-jalan untuk mengisi waktu luang bersama kelompok teman sebaya dan sebagainya.

Remaja memilih untuk membeli apa yang diinginkan dan bukan apa yang dibutuhkan. Hal ini tercermin dari wawancara yang dilakukan terhadap Siswi Kelas XI SMA di Surakarta berinisial HID yang mengatakan bahwa dia lebih tertarik dengan barang baru yang sering dipasarkan di Mall atau di Instagram. Bahkan HID lebih sering membeli barang – barang baru seperti tas, jam tangan agar terlihat lebih modis dan modern.

Hal lain tercermin dari subjek yang berinisial CAD Siswi Kelas XI SMA di Surakarta yang menjelaskan bahwa dirinya lebih senang menghabiskan waktu libur bersama teman-temannya di Starbucks dan JCo atau nonton di bioskop bersama teman-temannya daripada berada didalam asrama atau kos.

Terlihat jelas bahwa pemenuhan kebutuhan hidup pada kalangan remaja *identik* dengan istilah belanja, dari belanja secara langsung maupun belanja secara online. Hal ini memicu banyak kebiasaan yang melekat pada kata belanja sebagai pemenuhan kebutuhan primer dan sekunder disalah artikan sebagai sikap hedonisme yang bias diluar batas.

Lingkungan sangat memberikan dampak yang besar pada pembentukan perilaku hedonism pada remaja. Beberapa Siswa SMA di Surakarta notabene banyak yang tinggal di asrama atau di kos-kosan yang cenderung lepas kendali dari pengawasan orang tua, hal ini memicu remaja tersebut mengikut alur atau kebudayaan yang ada di sekitarnya. Hal ini ditunjukkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Kholilah (Astuti, 2013) yang menunjukkan bahwa teman-teman merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku Hedonisme.

Menurut Wojowasito (2012) hedonisme berasal dari bahasa Yunani yaitu *hedone* yang berarti kesenangan. Hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan hidup adalah tujuan utama. Sumartono (2013) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis yang berorientasi pada kesenangan umumnya banyak ditemukan di kalangan remaja. Hal ini karena remaja mulai mencari identitas diri melalui penggunaan simbol status seperti mobil, pakaian, dan kepemilikan barang-barang yang mudah terlihat.

Remaja yang hidup dengan gaya hidup hedonis adalah remaja yang memandang secara positif mengenai kesenangan dan akan mengambil atau memanfaatkan kesempatan untuk mencapai kesenangan atau keinginan yang diharapkan. Menurut Martha dkk (2015) remaja memiliki kecenderungan gaya hidup hedonisme biasanya akan berusaha agar sesuai dengan status sosial hedon, melalui gaya hidup yang tercermin dengan simbol-simbol tertentu, seperti merek-merek yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena tersebut menjadi proses adaptasi yang dilalui oleh sebagian siswa dalam memenuhi kebutuhan sosialnya. Peristiwa tersebut disebabkan karena siswa mengalami hambatan sosial yang mengarah pada ketidakpercayaan diri dan ditandai dengan cenderung merasa terasing, tidak dapat mengekspresikan diri, dan terlalu lemah untuk mengatasi kekurangan yang dimiliki.

Perilaku subjek juga sesuai dengan ciri-ciri gaya hidup hedonisme sebagai berikut. Ciri-ciri gaya hidup hedonisme adalah kebahagiaan diperoleh dengan mencari perasaan menyenangkan dan sedapat mungkin menghindari

perasaan-perasaan yang tidak enak. Contohnya ialah, makan akan menimbulkan penyakit (Sudarsih 2011).

Raharjo dan Silalahi (2014) menerangkan bahwa ada beberapa bentuk ataupun karakteristik gaya hidup hedonisme di kalangan remaja. Hidup dan tinggal di kota besar, tentu berkaitan dengan kesempatan akses informasi secara jelas akan mempengaruhi gaya hidup dan berasal dari kalangan berada dan memiliki banyak uang sebagai penunjang gaya hidup, secara intens mengikuti perkembangan zaman melalui majalah-majalah ataupun media agar dapat mengetahui perkembangan zaman, umumnya juga memiliki penampilan modis.

Gambaran mengenai gaya hidup hedonis menurut Susianto (1993) memiliki ciri-ciri antara lain: mengerahkan aktivitas untuk mencapai kenikmatan hidup, sebagian besar perhatiannya di tunjukan keluar rumah, merasa mudah berteman walaupun memilih-milih, menjadi pusat perhatiannya di tunjukan keluar rumah, merasa mudah berteman walaupun memilih-milih, menjadi pusat perhatian, saat luang hanya untuk bermain dan kebanyakan anggota kelompok adalah orang yang berada.

Hasil survey terbaru AC Nielsen Indonesia, pada tahun 2013 jumlah orang Indonesia yang membelanjakan uangnya di toko swalayan seperti hypermart, supermarket dan minimaret telah meningkat lebih dari 31,4% dalam waktu dua tahun terakhir, sementara dalam periode yang sama jumlah toko tradisional telah menurun 8,1 % pertahun (<http://www.tempointeraktif>).

Pemenuhan kebutuhan hidup pada kalangan remaja sama dengan istilah belanja, dari belanja secara langsung maupun belanja secara online. Belanja yang

dulu sering diartikan hanya sebatas pemenuhan kebutuhan ekonomi yang bersifat primer dan sekunder, saat ini belanja diartikan sebagai ajang untuk pamerkan gaya hidup dari remaja tersebut. Ditambah dengan perkembangan zaman yang mudah dalam berbelanja membuat remaja saat ini hidup dalam perilaku yang konsumtif. Menurut Noviyanti (2014), dalam survei yang dilakukan oleh perusahaan pembiayaan penyedia teknologi pembayaran Global Visa pada 2014 lalu. Hasilnya, 76 persen pengguna internet di Indonesia pernah berbelanja secara massif dalam jaringan (daring) selama kurun 12 bulan terakhir. Menariknya, pembeli daring itu cenderung berusia lebih muda. Usianya terpaut jauh dibandingkan pembeli *offline* yang hamper separuhnya sekitar 48 persen, yaitu berusia 18 sampai 30 tahun (kompas.com).

Lingkungan sangat memberikan dampak yang besar pada pembentukan perilaku hedonism pada remaja. Beberapa Siswa SMA notabene banyak yang tinggal di asrama atau di kosan yang cenderung lepas kendali dari pengawasan orang tua, hal ini memicu Remaja tersebut mengikut alura tau kebudayaan yang ada disekitarnya. Hal ini ditunjukkan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Kholilah (Astuti, 2013) yang menunjukkan bahwa teman-teman merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku Hedonisme.

Perilaku hedonisme yang dilakukan oleh remaja yang notabene masih duduk di bangku SMA akan mengakibatkan kerugian bagi dirinya sendiri, sehingga perlu sekali adanya sikap *filter* yang dilakukan oleh mereka. Dari hasil wawancara beberapa siswa menunjukkan bahwa apa yang dilakukan siswi SMA cenderung bersifat jangka pendek dan belum dapat dipertanggung jawabkan untuk

kebutuhan jangka panjang sehingga akan merugikan pada kehidupan ekonomi pada diri mereka.

Berdasarkan dari fenomena-fenomena diatas serta penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diajukan yakni “Bagaimana gaya hidup hidup hedonisme pada remaja putri?”. Dengan uraian tersebut, maka peneliti tertarik ingin melakukan penelitian dengan judul “gaya hidup hedonisme pada remaja putri”.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui secara mendalam dan mendisripsikan dinamika gaya hidup hedonism pada remaja putri

C. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah manfaat berupa:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembangan ilmu psikologi terutama psikologi sosial yang berhubungan dengan gaya hidup hedonisme.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Subjek Penelitian

Untuk memberikan informasi kepada subjek dalam menyikapi gaya hidup hedonisme.

b. Bagi Orang Tua

Untuk memberikan rujukan bagi orang tua dalam memberikan pengajaran dan nasihat untuk anak dalam menyikapi gaya hidup yang sedang terjadi karena perkembangan jaman, sehingga anak dapat mengendalikan gaya hidup hedonisme.

c. Bagi Peneliti Lainnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan dan referensi untuk melakukan penelitian khususnya yang berkaitan dengan Gaya Hidup Hedonisme pada remaja khususnya remaja putri.