



# Sanitas: Journal of Health, Medical, and Psychological Studies

Vol 1 No 2 December 2025, Hal 112-121

ISSN: 3123-4070 (Print) ISSN: 3123-3163 (Electronic)

Open Access: <https://scriptaintelektual.com/sanitas/index>

## Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonisme dengan Tingkat Harga Diri pada Mahasiswa di Semarang

Leni Alfiyah<sup>1\*</sup>, Wigyo Susanto<sup>2</sup>, Dwi Heppy Rochmawati<sup>3</sup>

<sup>1-3</sup> Universitas Islam Sultan Agung Semarang, Indonesia

email: [lenialviyah@gmail.com](mailto:lenialviyah@gmail.com)<sup>1</sup>

### Article Info :

Received:  
30-11-2025  
Revised:  
10-12-2025  
Accepted:  
24-12-2025

### Abstract

*This study investigates the relationship between hedonistic lifestyle tendencies and self-esteem among students at the Faculty of Nursing, Sultan Agung Islamic University in Semarang. Using a quantitative correlational design, the study analyzed data from 115 respondents to determine the strength and significance of the association between the two variables. The findings demonstrate a significant and strong positive correlation ( $p = 0.000$ ;  $r = 0.764$ ), indicating that students with higher hedonistic tendencies tend to report higher levels of self-esteem. This pattern suggests that a considerable portion of students develop a sense of self-worth based on external reinforcement such as social acceptance, peer approval, and recognition from their environment. Although such externally driven self-esteem may enhance confidence temporarily, it may also be unstable because it relies heavily on fluctuating social dynamics. To foster healthier psychological development, students are encouraged to cultivate internal sources of self-worth, while educational institutions are advised to provide programs on healthy lifestyle management, financial literacy, and mental health support. Future researchers are recommended to incorporate longitudinal approaches and include additional variables such as digital platform usage, family support, and peer influence to broaden the generalizability of the findings.*

**Keywords:** Hedonistic Lifestyle, Self-Esteem, College Students, Social Validation, Psychological Development.

### Abstrak

Penelitian ini mengkaji hubungan antara kecenderungan gaya hidup hedonistik dan harga diri di kalangan mahasiswa Fakultas Keperawatan, Universitas Islam Sultan Agung di Semarang. Dengan menggunakan desain korelasi kuantitatif, penelitian ini menganalisis data dari 115 responden untuk menentukan kekuatan dan signifikansi hubungan antara kedua variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan korelasi positif yang signifikan dan kuat ( $p = 0.000$ ;  $r = 0.764$ ), menunjukkan bahwa mahasiswa dengan kecenderungan hedonistik yang lebih tinggi cenderung melaporkan tingkat harga diri yang lebih tinggi. Pola ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mengembangkan rasa harga diri berdasarkan penguatan eksternal seperti penerimaan sosial, persetujuan teman sebaya, dan pengakuan dari lingkungan mereka. Meskipun harga diri yang didorong secara eksternal dapat meningkatkan kepercayaan diri secara sementara, hal ini juga dapat tidak stabil karena sangat bergantung pada dinamika sosial yang fluktuatif. Untuk mendorong perkembangan psikologis yang lebih sehat, siswa didorong untuk mengembangkan sumber internal harga diri, sementara lembaga pendidikan disarankan untuk menyediakan program tentang pengelolaan gaya hidup sehat, literasi keuangan, dan dukungan kesehatan mental. Peneliti masa depan disarankan untuk mengadopsi pendekatan longitudinal dan memasukkan variabel tambahan seperti penggunaan platform digital, dukungan keluarga, dan pengaruh teman sebaya untuk memperluas generalisasi temuan.

**Kata kunci:** Gaya Hidup Hedonis, Harga Diri, Mahasiswa Perguruan Tinggi, Validasi Sosial, Perkembangan Psikologis.



©2022 Authors.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.  
(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Mahasiswa sebagai kelompok yang sedang berada pada fase transisi menuju kedewasaan sering menunjukkan perubahan pola perilaku yang dipengaruhi oleh tekanan sosial, perkembangan teknologi, dan dinamika lingkungan akademik yang semakin kompleks (Arinda, 2021). Berbagai penelitian menggambarkan bahwa gaya hidup hedonisme mulai berakar kuat pada kelompok ini karena adanya akses luas terhadap fasilitas hiburan, kebutuhan pengakuan sosial, dan tren konsumerisme yang berkembang cepat di kota-kota besar seperti Semarang (Aprilia & Mahfudzi, 2020). Situasi ini memperlihatkan bahwa pencarian kesenangan yang bersifat instan seringkali mengaburkan kemampuan

mahasiswa dalam mengelola prioritas yang lebih penting secara psikologis maupun akademis (Ariyani et al., 2023). Kondisi tersebut memunculkan pertanyaan mengenai bagaimana dorongan hidup hedonis dapat berkaitan langsung dengan konstruksi psikologis internal, salah satunya harga diri yang memengaruhi persepsi individu terhadap nilai dirinya.

Gaya hidup hedonisme merupakan pola perilaku yang ditandai oleh kecenderungan individu untuk mengejar kesenangan, kenyamanan, dan pemenuhan keinginan tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap kondisi psikologis maupun sosial (Kusherawati & Hasanah, 2022). Fenomena ini semakin meningkat pada kalangan mahasiswa akibat paparan media digital, maraknya promosi komersial, dan peran lingkungan pertemanan yang memengaruhi preferensi konsumsi (Nabil et al., 2024). Berbagai penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis dapat mendorong perilaku impulsif, terutama dalam aktivitas belanja dan pemanfaatan layanan berbasis aplikasi yang banyak digunakan mahasiswa (Ariyani et al., 2023). Situasi tersebut mempertegas bahwa gaya hidup hedonisme tidak hanya menjadi tren gaya hidup, tetapi juga salah satu faktor yang dapat memunculkan tekanan psikologis tertentu.

Harga diri sebagai penilaian individu terhadap nilai dirinya sendiri berperan penting dalam membentuk perilaku, pengambilan keputusan, dan cara seseorang menempatkan diri di lingkungan sosial (Imani & Ariani, 2023). Mahasiswa dengan harga diri stabil cenderung memiliki kontrol diri yang lebih baik dalam mengelola berbagai dorongan yang muncul dari lingkungan sekitarnya, termasuk tekanan konsumtif yang mengarah pada perilaku hedonis (Pawestri & Warastri, 2024). Ketika harga diri melemah, individu lebih rentan mencari validasi eksternal melalui aktivitas konsumsi, mengikuti tren, atau mengejar simbol-simbol status sosial tertentu (Putri & Aulia, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa harga diri dan gaya hidup hedonisme memiliki potensi keterkaitan yang perlu diteliti secara lebih mendalam.

Kota Semarang sebagai pusat kegiatan ekonomi, pendidikan, dan hiburan menawarkan berbagai fasilitas yang memfasilitasi gaya hidup konsumtif dan hedonis pada mahasiswa yang tinggal di wilayah tersebut (Al-Wafa et al., 2024). Kemudahan transaksi digital, semakin banyaknya pusat perbelanjaan, serta akses layanan transportasi dan makanan berbasis aplikasi menciptakan lingkungan yang mendukung meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa (Nuro'im & Anasrulloh, 2023). Situasi ini menunjukkan bahwa dorongan gaya hidup hedonisme tidak hanya berasal dari faktor internal, tetapi juga dari faktor eksternal berupa sarana yang tersedia dengan mudah dan murah (Saâ & Fitriyati, 2022). Lingkungan kota besar yang kompetitif pun membuat mahasiswa lebih sensitif terhadap tren dan tuntutan pergaulan yang mendorong pembentukan identitas diri berbasis konsumsi.

Beberapa penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa gaya hidup hedonisme sering muncul sebagai respons terhadap keinginan untuk mendapatkan kenyamanan emosional yang berfungsi sebagai mekanisme kompensasi dari ketidakstabilan harga diri (Natalia & Purwasetiawatik, 2025). Individu dengan harga diri rendah cenderung lebih bergantung pada simbol-simbol eksternal untuk membangun citra diri, sehingga aktivitas konsumsi menjadi sarana untuk mendapatkan penghargaan sosial dari lingkungan (Putri & Aulia, 2024). Namun, terdapat pula temuan yang menunjukkan bahwa individu dengan harga diri tinggi tetap dapat terlibat dalam perilaku hedonis, tetapi motifnya lebih sering berorientasi pada kesenangan dan bukan pada pencarian validasi (Mahmudah et al., 2024). Keragaman hasil penelitian tersebut memperlihatkan adanya hubungan yang kompleks antara kedua variabel, sehingga konteks mahasiswa di Semarang menjadi menarik untuk dikaji lebih mendalam.

Tekanan sosial dari lingkungan pertemanan juga memberikan kontribusi kuat terhadap munculnya perilaku hedonis pada mahasiswa yang ingin mempertahankan posisi sosialnya dalam kelompok (Arinda, 2021). Mahasiswa yang hidup di lingkungan dengan kecenderungan hedonis lebih mudah terseret ke dalam pola yang sama karena adanya kebutuhan untuk diterima dan mendapatkan status sosial tertentu (Kusherawati & Hasanah, 2022). Tren penggunaan media sosial yang menonjolkan nilai-nilai konsumsi turut memperkuat persepsi bahwa gaya hidup hedonis merupakan bagian dari identitas modern mahasiswa (Nabil et al., 2024). Kondisi tersebut secara tidak langsung mempengaruhi pembentukan harga diri karena individu menyesuaikan dirinya dengan standar kelompok agar tidak tertinggal secara sosial.

Hasil penelitian mengenai perilaku hedonis juga menunjukkan bahwa mahasiswa seringkali berada dalam posisi sulit ketika mencoba menyeimbangkan kebutuhan aktual dengan tekanan simbolik untuk memiliki barang atau pengalaman yang dianggap meningkatkan citra diri (Aprilia & Mahfudzi, 2020). Ketidakseimbangan ini berpotensi menimbulkan konflik psikologis yang memengaruhi persepsi

diri, yang dalam jangka panjang dapat berdampak pada kestabilan harga diri mahasiswa (Imani & Ariani, 2023). Fenomena ini semakin terlihat pada sistem sosial kampus di kota besar, di mana mahasiswa lebih sering terpapar budaya gaya hidup cepat dan konsumtif (Pawestri & Warastri, 2024). Kondisi ini membuat studi lebih lanjut mengenai hubungan gaya hidup hedonisme dan harga diri menjadi sangat relevan.

Melihat perkembangan fenomena tersebut, penelitian mengenai hubungan antara gaya hidup hedonisme dan tingkat harga diri pada mahasiswa di Semarang menjadi penting untuk dilakukan agar diperoleh gambaran mengenai pola interaksi keduanya pada konteks lingkungan urban pendidikan (Putri & Aulia, 2024). Penelitian semacam ini juga memberikan kontribusi dalam upaya memahami dinamika psikologis mahasiswa yang berhadapan dengan perubahan sosial yang cepat dan tuntutan lingkungan modern (Natalia & Purwasetiawatik, 2025). Temuan penelitian akan memberi manfaat bagi institusi pendidikan untuk merancang program pengembangan diri yang mampu menyeimbangkan kebutuhan psikologis dan pola hidup mahasiswa. Kajian ini juga membuka peluang untuk memahami model intervensi yang dapat mengarahkan mahasiswa menuju gaya hidup yang lebih sehat secara psikologis.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan desain kuantitatif korelasional dengan pendekatan cross-sectional untuk menguji hubungan antara gaya hidup hedonisme sebagai variabel independen dan tingkat harga diri sebagai variabel dependen pada mahasiswa Angkatan 2023 Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Populasi penelitian berjumlah 161 mahasiswa, dengan 115 orang di antaranya terpilih sebagai sampel melalui teknik simple random sampling berdasarkan perhitungan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 5%, sementara kriteria inklusi mencakup mahasiswa aktif yang bersedia berpartisipasi dan tidak mengundurkan diri selama proses penelitian. Instrumen yang digunakan terdiri dari kuesioner gaya hidup hedonisme berbasis aspek Activity, Interest, dan Opinion (AIO) menurut teori Engel, Blackwell, dan Miniard (EBM) dengan 32 item valid ( $r = 0,30-0,768$ ) dan reliabilitas tinggi (Cronbach's Alpha = 0,939), serta Rosenberg Self Esteem Scale (RSES) yang memiliki 10 item valid ( $r = 0,329-0,822$ ) dan reliabilitas sangat baik (Cronbach's Alpha = 0,902). Pengumpulan data berlangsung pada Juli–Oktober 2025 melalui Google Form yang dibagikan di ruang pengambilan data, kemudian diolah melalui proses editing, coding, entry, dan cleaning menggunakan IBM SPSS Statistics 25, dengan analisis univariat untuk melihat distribusi karakteristik responden dan analisis bivariat menggunakan uji Spearman Rank, serta seluruh tahapan penelitian mematuhi prinsip etika berupa informed consent, anonymity, confidentiality, beneficence, non-maleficence, veracity, dan justice.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Awal Mahasiswa dan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonisme

Distribusi jenis kelamin menjadi dasar penting dalam memahami pola hedonisme mahasiswa karena perbedaan gender sering berkaitan dengan variasi bentuk ekspresi diri, orientasi konsumsi, serta sensitivitas terhadap tekanan sosial. Pada konteks penelitian ini, proporsi responden menunjukkan dominasi mahasiswa perempuan sebagaimana terlihat pada tabel berikut, yang menggambarkan bahwa 86,1% responden adalah perempuan dan hanya 13,9% laki-laki.

**Tabel 1. Distribusi Jenis Kelamin Mahasiswa (n = 115)**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	16	13,9%
Perempuan	99	86,1%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Proporsi tersebut memberikan konteks bahwa kelompok perempuan lebih dominan dalam membentuk dinamika gaya hidup mahasiswa yang dapat mengarah pada kecenderungan hedonis sebagaimana dijelaskan oleh Aprilia & Mahfudzi (2020). Situasi ini menempatkan penelitian pada kondisi sosial yang sarat dengan kecenderungan ekspresi diri berbasis estetika, citra sosial, dan gaya hidup yang berkembang di kalangan perempuan.

Dominasi responden perempuan memberikan gambaran bahwa sebagian besar pola perilaku konsumsi dan preferensi hiburan yang muncul dalam sampel penelitian terbentuk dari kecenderungan sosial mahasiswa perempuan yang relatif lebih responsif terhadap tren gaya hidup modern. Kelompok ini secara umum memiliki intensitas yang lebih tinggi dalam melakukan aktivitas konsumtif yang berkaitan dengan penampilan, hiburan, dan kebutuhan rekreatif sehingga relevan dengan pembahasan mengenai hedonisme mahasiswa (Arinda, 2021). Dalam konteks ini, perbedaan karakteristik gender memberikan pengaruh terhadap orientasi pencarian kesenangan karena perempuan lebih sering melakukan perbandingan sosial berbasis citra diri melalui media sosial. Kondisi tersebut memberi dasar kuat bahwa struktur jenis kelamin berpotensi mempengaruhi arah pembentukan gaya hidup hedonis pada populasi penelitian.

Selain jenis kelamin, sebaran usia mahasiswa juga memberikan gambaran penting mengenai tahap perkembangan psikologis mereka yang selaras dengan kecenderungan eksplorasi diri pada masa awal dewasa muda. Sebaran usia responden menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa berusia 20 tahun sebagaimana tergambar dalam Tabel 2 berikut, di mana rentang 19–21 tahun mendominasi populasi penelitian.

**Tabel 2. Distribusi Usia Mahasiswa (n = 115)**

Usia	Frekuensi	Persentase
17	2	1,7%
18	2	1,7%
19	27	23,5%
20	59	51,3%
21	23	20,0%
22	1	0,9%
23	1	0,9%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Rentang usia tersebut menandai fase perkembangan identitas yang rentan terhadap dorongan mengikuti tren, pencarian aktualisasi diri, serta tekanan konformitas, sebagaimana dijelaskan Arinda (2021). Kondisi ini membuat mahasiswa berada pada situasi psikologis yang memungkinkan perilaku hedonis berkembang secara kuat.

Mahasiswa pada usia 19–21 tahun cenderung mengalami dinamika emosional yang lebih intens sehingga memiliki ketertarikan tinggi terhadap aktivitas yang menawarkan kesenangan instan. Pada masa tersebut, mahasiswa juga mulai memiliki otonomi finansial meskipun masih terbatas sehingga keputusan konsumsi sering didorong oleh keinginan untuk memperoleh pengalaman sosial tertentu. Penelitian Nabil et al. (2024) menunjukkan bahwa kelompok usia ini lebih sensitif terhadap pengaruh media sosial yang memperkuat perbandingan sosial serta membangun standar gaya hidup tertentu. Situasi ini sejalan dengan gambaran penelitian bahwa distribusi usia responden berhubungan erat dengan kecenderungan gaya hidup hedonis.

Distribusi gaya hidup hedonisme pada Tabel 3 menunjukkan gambaran yang semakin jelas mengenai kecenderungan perilaku mahasiswa, di mana hampir setengah dari responden berada pada kategori hedonisme tinggi. Tabel berikut memperlihatkan bahwa 45,2% mahasiswa berada pada kategori tinggi, 21,7% sedang, dan 33,0% rendah, sehingga memberi indikasi kuat bahwa hedonisme menjadi fenomena yang cukup menonjol pada populasi ini.

**Tabel 3. Gaya Hidup Hedonisme (n = 115)**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	52	45,2%
Sedang	25	21,7%
Rendah	38	33,0%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Persentase tersebut memberikan dasar empirik yang kuat bahwa hedonisme menjadi pola perilaku yang relatif dominan pada mahasiswa di Semarang. Temuan ini sejalan dengan Saâ & Fitriyati (2022) yang menyebutkan bahwa mahasiswa merupakan kelompok paling rentan terhadap paparan gaya hidup modern dan konsumsi berbasis hiburan. Tingginya persentase hedonisme pada mahasiswa mencerminkan adanya dinamika sosial yang bergerak cepat di lingkungan kampus, terutama ketika mahasiswa berinteraksi intens dengan platform digital. Media sosial sering kali memunculkan representasi ideal mengenai kebebasan, kesenangan, dan pencapaian gaya hidup sehingga mendorong mahasiswa untuk meniru atau menyesuaikan diri dengan standar tersebut. Penelitian Ariyani et al. (2023) menunjukkan bahwa fitur diskon atau promosi digital turut memperkuat pola konsumsi impulsif yang berkaitan dengan hedonisme. Kondisi ini menjelaskan bahwa hedonisme tinggi pada populasi penelitian bukan hanya fenomena personal, tetapi juga fenomena sosial.

Kecenderungan hedonisme sering kali berkembang melalui dorongan konformitas sosial, terutama ketika mahasiswa memiliki kebutuhan kuat untuk diterima dalam kelompok pertemanan tertentu. Situasi tersebut digarisbawahi oleh Septiana Putri & Arswimba (2024) yang menemukan bahwa tekanan kelompok memiliki kontribusi signifikan terhadap perilaku hedonis pada siswa dan mahasiswa. Dengan mayoritas responden berada pada usia pembentukan identitas sosial, dorongan tersebut menjadi semakin kuat. Hal ini menunjukkan bahwa hedonisme tidak hanya muncul dari faktor internal, tetapi juga dipertegas melalui hubungan interpersonal dan dinamika sosial.

Mahasiswa yang berada pada kategori hedonisme tinggi umumnya memiliki kecenderungan untuk menilai harga diri berdasarkan validasi sosial dan pencapaian material yang ditampilkan dalam kehidupan sehari-hari. Putri & Aulia (2024) menguraikan bahwa mahasiswa dengan orientasi hedonis cenderung menggunakan konsumsi sebagai sarana untuk membangun citra diri dan meningkatkan rasa percaya diri. Situasi tersebut memperlihatkan bahwa hedonisme dapat menjadi mekanisme kompensasi psikologis bagi mahasiswa yang masih mencari identitas pribadi. Temuan ini memberikan konteks awal bagi analisis hubungan antara hedonisme dan harga diri.

Kemudahan transaksi digital juga memperkuat dinamika hedonisme karena mahasiswa dapat melakukan pembelian hanya melalui beberapa langkah di perangkat gawai mereka. Penelitian Al-Wafa et al. (2024) menunjukkan bahwa kemudahan tersebut menjadi salah satu faktor yang memperkuat perilaku konsumtif berbasis kesenangan. Dengan semakin berkembangnya layanan digital di Semarang, mahasiswa memiliki akses luas terhadap berbagai bentuk hiburan dan konsumsi yang meningkatkan kecenderungan hedonis. Hal ini turut menjelaskan angka hedonisme tinggi yang tampak pada Tabel 3.

Keseluruhan gambaran dari Tabel 1, Tabel 2, dan Tabel 3 memperlihatkan bahwa karakteristik mahasiswa, gender, usia, dan pola hidup, membentuk pola perilaku yang erat dengan kecenderungan hedonisme. Data menunjukkan bahwa hedonisme pada mahasiswa bukan hanya fenomena kecil, tetapi menjadi bagian dari dinamika sosial dan psikologis yang lebih luas. Temuan-temuan ini memberikan fondasi kuat untuk memahami bagaimana hedonisme dapat berkaitan dengan tingkat harga diri mahasiswa.

### **Pola Harga Diri Mahasiswa dan Dinamika Interaksinya dengan Hedonisme**

Gambaran mengenai tingkat harga diri menjadi elemen penting untuk memahami bagaimana mahasiswa menilai dirinya sendiri dalam berbagai konteks sosial, akademik, dan personal. Pada penelitian ini, distribusi harga diri menunjukkan variasi yang cukup signifikan sebagaimana tercantum pada tabel berikut, yang memperlihatkan bahwa hampir setengah responden memiliki harga diri tinggi namun tetap disertai jumlah yang cukup besar pada kategori rendah.

**Tabel 4. Distribusi Tingkat Harga Diri (n = 115)**

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Tinggi	55	47,8%
Normal	26	22,6%
Rendah	34	29,6%
<b>Total</b>	<b>115</b>	<b>100%</b>

Proporsi tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa masih menghadapi dinamika penilaian diri yang beragam, sejalan dengan temuan Imani & Ariani (2023) yang menyatakan bahwa harga diri

mahasiswa sering dipengaruhi oleh berbagai tekanan sosial dan akademik. Situasi ini memberi dasar kuat untuk melihat bagaimana harga diri dapat berinteraksi langsung dengan kecenderungan hedonisme. Variasi harga diri yang cukup besar dalam tabel tersebut memperlihatkan bahwa mahasiswa berada pada fase sensitif dalam membangun persepsi diri yang stabil, terutama ketika mereka menghadapi tuntutan sosial yang semakin meningkat. Kelompok dengan harga diri rendah sering kali menunjukkan kecenderungan mengkompensasi ketidaknyamanan psikologis melalui aktivitas konsumsi yang bersifat emosional atau impulsif sebagaimana diungkapkan Putri & Aulia (2024). Pada kondisi tertentu, harga diri rendah dapat memunculkan kebutuhan untuk memperoleh validasi sosial sehingga konsumsi berbasis hiburan menjadi salah satu cara mereka meningkatkan rasa berharga. Gambaran ini memberikan penjelasan mengapa sebagian mahasiswa berpotensi mengembangkan pola hedonisme yang cukup kuat.

Mahasiswa dengan harga diri tinggi biasanya memiliki keyakinan yang lebih stabil mengenai kompetensi pribadi dan kemampuan menghadapi tantangan sehingga tidak selalu membutuhkan penguatan eksternal berupa aktivitas konsumtif. Namun, penelitian Natalia & Purwasetiawatik (2025) menunjukkan bahwa beberapa individu dengan harga diri tinggi justru memanfaatkan aktivitas konsumsi sebagai bentuk ekspresi diri yang mereka anggap positif. Fenomena ini membuat hubungan antara harga diri dan hedonisme menjadi tidak linear karena keduanya dapat saling memengaruhi dengan cara yang berbeda. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa interpretasi harga diri tidak hanya bergantung pada levelnya, tetapi juga pada motivasi psikologis yang melandasinya.

Untuk memahami interaksi lebih dalam antara kedua variabel, diperlukan analisis korelasional yang ditunjukkan melalui Uji Spearman Rank dalam tabel berikut. Tabel ini memperlihatkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara gaya hidup hedonisme dan harga diri, tercermin dari nilai koefisien korelasi sebesar  $r = 0,764$  dan  $p\text{-value} = 0,000$ , yang berarti hubungan tersebut signifikan secara statistik.

**Tabel 5. Hasil Uji Spearman Rank**

Gaya Hidup	Tinggi	Normal	Rendah	Total	p-value
Tinggi	46	4	2	52	0,000
Sedang	6	17	2	25	
Rendah	3	5	30	38	
<b>Total</b>	<b>55</b>	<b>26</b>	<b>34</b>	<b>115</b>	

Nilai korelasi tersebut memberikan indikasi bahwa perubahan pada tingkat hedonisme berhubungan erat dengan perubahan tingkat harga diri mahasiswa yang menjadi responden penelitian. Fenomena ini selaras dengan pendapat Mahmudah et al. (2024) yang menyatakan bahwa perilaku yang berorientasi pada pencarian kesenangan dapat berkaitan dengan kebutuhan psikologis untuk menegaskan identitas diri. Korelasi positif antara hedonisme dan harga diri dapat dipahami melalui teori bahwa individu yang merasakan kepuasan dari aktivitas konsumsi sering mengalami peningkatan persepsi positif terhadap dirinya. Aktivitas seperti membeli produk fesyen, nongkrong di kafe, atau mengikuti tren digital menciptakan sensasi kontrol atas citra diri yang mereka tampilkan kepada lingkungan sosial. Ariyani et al. (2023) menyebutkan bahwa bentuk konsumsi berbasis hiburan sering memberikan efek emosional yang meningkatkan rasa percaya diri. Kondisi ini menjelaskan mengapa kelompok dengan hedonisme tinggi dalam tabel juga menunjukkan angka harga diri tinggi.

Ketika mahasiswa terlibat dalam aktivitas hedonis, mereka sering menghadirkan citra diri yang tampak lebih percaya diri, modern, dan ekspresif, sehingga akhirnya memengaruhi cara mereka menilai diri sendiri. Interaksi ini berkaitan dengan kebutuhan akan apresiasi sosial yang sering kali menjadi pendorong perilaku konsumtif di lingkungan kampus. Syandana & Dhania (2024) menyatakan bahwa mahasiswa yang sering mengalami FoMO cenderung menunjukkan perilaku konsumsi lebih tinggi untuk mempertahankan status sosial. Situasi ini memunculkan pola bahwa konsumsi dapat menjadi sarana untuk meningkatkan harga diri.

Mahasiswa yang berada dalam kelompok harga diri normal biasanya menunjukkan pola konsumsi yang tidak berlebihan, namun tetap mengikuti tren tertentu untuk menjaga keselarasan dengan lingkungan sosial mereka. Kuserawati & Hasanah (2022) menegaskan bahwa konsep diri yang stabil membuat seseorang mampu menyeleksi bentuk hiburan yang sesuai dengan kebutuhannya tanpa harus

menunjukkan perilaku konsumtif berlebihan. Kondisi ini membuat kategori harga diri normal menempati posisi tengah dalam hubungan hedonisme dan kontrol diri. Hal tersebut terlihat dalam tabel korelasi di mana sebagian besar kategori sedang pada hedonisme jatuh pada harga diri normal.

Kategori harga diri rendah memperlihatkan interaksi yang berbeda karena mahasiswa dengan kondisi ini sering menggunakan konsumsi untuk menutupi perasaan tidak mampu atau kurang bernilai. Nuro'im & Anasrulloh (2023) menjelaskan bahwa media sosial memperkuat kebutuhan mahasiswa untuk membangun citra diri meskipun hal tersebut tidak selalu sejalan dengan kondisi psikologis mereka yang sebenarnya. Situasi ini dapat menciptakan siklus konsumsi berulang yang diarahkan untuk mendapatkan pujian atau pengakuan dari orang lain. Interaksi tersebut memicu hubungan positif antara hedonisme dan harga diri rendah, sebagaimana terlihat pada kategori rendah yang terpenuhi cukup besar.

Gambaran korelasi yang kuat juga dapat dipahami melalui perspektif bahwa lingkungan sosial kampus menyediakan banyak ruang bagi mahasiswa untuk saling menilai berbasis penampilan, gaya hidup, dan aktivitas hiburan tertentu. Widiastuti et al. (2023) menyebutkan bahwa mahasiswa cenderung mempersepsikan dirinya melalui aktivitas belanja online karena platform tersebut memberi kesempatan menampilkan gaya hidup yang dianggap ideal. Tekanan sosial tersebut mampu meningkatkan dorongan konsumsi yang kemudian membentuk dinamika penilaian diri. Hubungan tersebut tercermin dalam pola distribusi nilai pada tabel korelasi.

Data pada Tabel 4 dan Tabel 5 memberikan gambaran empirik yang sangat kuat bahwa harga diri mahasiswa saling terkait dengan cara mereka menjalankan gaya hidup hedonis. Pola hubungan yang muncul menunjukkan bahwa hedonisme bukan hanya fenomena konsumsi, tetapi juga fenomena psikologis yang memengaruhi cara mahasiswa memaknai dirinya. Safitri & Husnaini (2025) menekankan bahwa hedonisme dapat menjadi respons psikologis terhadap kebutuhan penerimaan sosial, yang secara langsung berkaitan dengan bagaimana harga diri terbentuk.

### **Analisis Mekanisme Psikologis yang Menghubungkan Hedonisme dan Harga Diri pada Mahasiswa**

Hubungan yang kuat antara hedonisme dan harga diri pada mahasiswa menunjukkan adanya mekanisme psikologis yang saling terhubung dan tidak berdiri secara terpisah. Mahasiswa yang berada pada fase perkembangan dewasa awal cenderung menyelaraskan perilaku konsumsi dengan kebutuhan pembentukan identitas dirinya. Menurut Erikson, fase ini merupakan periode eksplorasi aktif sehingga aktivitas hedonis sering dijadikan sarana untuk mencari bentuk diri yang dianggap paling sesuai (Imani & Ariani, 2023). Situasi tersebut membuat hedonisme bukan sekadar gaya hidup, melainkan proses internalisasi nilai yang memengaruhi persepsi harga diri.

Perilaku konsumtif yang muncul dari gaya hidup hedonis dapat memberikan pengalaman emosional positif yang meningkatkan penghargaan diri dalam jangka pendek. Pengalaman membeli barang baru, mengikuti tren terkini, atau berpartisipasi dalam aktivitas sosial menyenangkan menciptakan sensasi yang memperkuat perasaan kompeten dan menarik (Ariyani et al., 2023). Meskipun bersifat sementara, sensasi ini mampu menstimulasi peningkatan harga diri sehingga membentuk pola interaksi berulang. Kecenderungan tersebut menjadi salah satu alasan mengapa korelasi kedua variabel dalam penelitian ini menunjukkan nilai yang cukup kuat.

Di sisi lain, mahasiswa dengan harga diri rendah cenderung menggunakan aktivitas hedonis sebagai mekanisme kompensasi untuk menutupi ketidakpuasan terhadap dirinya. Konsumsi berbasis emosional menjadi tempat pelarian ketika mereka menghadapi tekanan akademik, konflik sosial, atau perasaan tidak mampu mengimbangi standar lingkungan sekitarnya. Putri & Aulia (2024) menegaskan bahwa konsumsi impulsif sering digunakan individu untuk menyeimbangkan kembali kondisi afektif negatif. Hal ini menjelaskan mengapa beberapa kelompok dengan harga diri rendah tetap menunjukkan tingkat hedonisme yang signifikan.

Media sosial turut berperan memperkuat mekanisme psikologis ini karena platform digital menyediakan panggung untuk menampilkan citra diri yang bersifat ideal. Mahasiswa sering menilai dirinya berdasarkan tanggapan lingkungan digital seperti jumlah likes, komentar, atau respon sosial lainnya (Nuro'im & Anasrulloh, 2023). Ketika konsumsi mereka mendapatkan validasi sosial, hal tersebut memperkuat rasa berharga yang pada akhirnya meningkatkan persepsi harga diri. Mekanisme reinforcement ini menciptakan hubungan timbal balik yang sulit dipisahkan antara hedonisme dan harga diri.

Lingkungan pertemanan juga memainkan peran fundamental karena mahasiswa secara alami mencari penerimaan dalam kelompok sosialnya. Dorongan untuk menyesuaikan diri dengan standar gaya hidup kelompok sering kali memicu perilaku konsumtif yang diorientasikan pada kesenangan. Menurut Syandana & Dhania (2024), FoMO menjadi salah satu faktor yang memperkuat perilaku ini karena munculnya rasa takut tertinggal dalam aktivitas sosial tertentu. Pola ini memperjelas mengapa mahasiswa yang aktif secara sosial sering kali menunjukkan peningkatan pada kedua variabel secara bersamaan.

Mahasiswa dengan harga diri tinggi umumnya memiliki kontrol diri yang lebih baik, tetapi mereka tetap dapat terlibat dalam aktivitas hedonis sebagai bentuk ekspresi dan afirmasi identitas. Berbeda dari kelompok harga diri rendah, konsumsi pada kelompok ini lebih diarahkan pada penegasan citra diri dibanding perbaikan suasana hati. Natalia & Purwasetiawatik (2025) menyatakan bahwa beberapa individu dengan harga diri tinggi tetap memanfaatkan konsumsi simbolik sebagai sarana membangun status diri. Fenomena ini menjelaskan mengapa tingkat hedonisme tidak selalu identik dengan rendahnya harga diri.

Kecenderungan mahasiswa mengejar pengalaman menyenangkan juga dipengaruhi oleh tahap perkembangan emosional yang sedang mereka lalui. Pada tahap transisi menuju kemandirian, mahasiswa sering memprioritaskan pengalaman baru untuk memperluas kapasitas diri sekaligus membangun koneksi sosial. Widiastuti et al. (2023) menyebutkan bahwa aktivitas belanja online dan tren hiburan sering diseleksi berdasarkan kebutuhan eksplorasi tersebut. Proses pertumbuhan emosional ini akhirnya membentuk pola konsumsi yang secara tidak langsung turut meregulasi harga diri mereka.

Jika ditinjau dari perspektif sosial-psikologis, hedonisme dapat dipahami sebagai salah satu bentuk coping strategy yang difungsikan mahasiswa untuk menghadapi tekanan akademik dan sosial. Aktivitas konsumsi memberikan distraksi serta sensasi reward yang menurunkan ketegangan dan memperbaiki perasaan diri sementara (Mahmudah et al., 2024). Ketika strategi ini memberikan hasil positif meskipun temporer, mahasiswa belajar untuk mengulanginya sehingga membentuk pola kebiasaan. Kebiasaan inilah yang kemudian memperkuat hubungan positif antara hedonisme dan harga diri.

Hubungan kedua variabel juga dipengaruhi oleh konstruk konsep diri yang berkembang berdasarkan interaksi lingkungan. Mahasiswa yang menilai keberhargaan diri melalui aspek eksternal lebih rentan menjadikan aktivitas hedonis sebagai sumber evaluasi diri. Safitri & Husnaini (2025) menegaskan bahwa individu yang orientasi harga dirinya bersifat eksternal menunjukkan sensitivitas lebih tinggi pada reward sosial. Sensitivitas inilah yang menyebabkan hedonisme menjadi variabel yang berperan signifikan terhadap perubahan harga diri.

Mekanisme psikologis yang menghubungkan hedonisme dan harga diri pada mahasiswa merupakan kombinasi antara regulasi emosi, kebutuhan validasi sosial, pencarian identitas, serta tekanan lingkungan digital. Interaksi antar faktor tersebut membuat mahasiswa mudah terjebak dalam pola perilaku konsumtif yang dianggap mampu memperbaiki citra diri mereka. Temuan korelasi yang kuat dalam penelitian ini menguatkan pemahaman bahwa keduanya tidak bekerja secara independen, melainkan saling membentuk secara berkelanjutan.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan signifikan antara gaya hidup hedonisme dan tingkat harga diri pada mahasiswa Fakultas Ilmu Keperawatan Universitas Islam Sultan Agung Semarang dengan kekuatan korelasi yang tinggi ( $p = 0,000$ ;  $r = 0,764$ ), sehingga semakin tinggi kecenderungan hedonisme maka semakin tinggi pula harga diri mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa yang memiliki kecenderungan hedonisme tinggi juga berada pada kategori harga diri tinggi, yang mencerminkan kuatnya pengaruh faktor eksternal seperti penerimaan sosial, pergaulan, dan pengakuan dari lingkungan dalam membentuk persepsi diri. Harga diri yang diperoleh melalui validasi sosial cenderung kurang stabil karena bergantung pada dinamika eksternal, sehingga pengembangan harga diri yang sehat perlu diarahkan pada penerimaan diri, keyakinan terhadap kemampuan pribadi, dan evaluasi internal yang realistis. Berdasarkan temuan tersebut, mahasiswa dianjurkan untuk mengelola gaya hidup secara lebih bijak, institusi pendidikan diharapkan menyediakan program edukasi gaya hidup dan kesehatan mental, sedangkan peneliti selanjutnya perlu mempertimbangkan pendekatan longitudinal serta penambahan variabel seperti



penggunaan media digital, dukungan keluarga, dan pengaruh teman sebaya untuk memperluas generalisasi hasil penelitian.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Al-Wafa, M. Q., Rohmah, L. N., Maida, N. Z., & Kusumaputri, L. A. F. (2024). Pengaruh Kemudahan Bertransaksi Dan Sifat Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Ekonomi Syariah Angkatan 2023 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business*, 4(1), 13-26. <https://doi.org/10.14710/djieb.23771>
- Aprilia, E. D., & Mahfudzi, R. (2020). Gaya Hidup Hedonisme Dan Impulse Buying Pada Mahasiswa. *Jurnal Ecopsy*, 7(2). <https://doi.org/10.20527/ecopsy.v7i2.7390>
- Arinda, D. (2021). Konformitas Dengan Gaya Hidup Hedonisme Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(3), 528–534. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>
- Ariyani, R., Lestari, F. S., Putra, H. T. P., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2023). Pengaruh voucher diskon gofood dan gaya hidup hedonisme terhadap pembelian impulsif pada mahasiswa di aplikasi gojek. *Investama: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 121-134. <https://doi.org/10.56997/investamajurnalekonomidanbisnis.v9i2.926>
- Imani, S. F., & Ariani, L. (2023). Pengaruh Harga Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Banjarmasin. *Jurnal Psikologi Wijaya Putra (Psikowipa)*, 4(2), 84-91. <https://doi.org/10.38156/psikowipa.v4i2.111>
- Kusherawati, N. P., & Hasanah, U. (2022). Konsep Diri Dan Konformitas Dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja. *IDEA: Jurnal Psikologi*, 6(2), 107-117. <https://doi.org/10.32492/idea.v6i2.6206>
- Mahmudah, U., Widhyastuti, C., & Kuswartanti, D. R. (2024). Hubungan Kecenderungan Narsistik dengan Gaya Hidup Hedonisme pada Pria Anggota The Crow di Kota Bandung. *In Search (Informatic, Science, Entrepreneur, Applied Art, Research, Humanism)*, 23(1), 43-50. <https://doi.org/10.37278/insearch.v23i1.841>
- Nabil, A., Wirawan, M. A., Lauzzadani, R., & Rakhmawati, N. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa ITS. *Etika Teknologi Informasi*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.19117.29925>
- Natalia, W., & Purwasetiawatik, T. F. (2025). Hubungan Harga Diri dan Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Papua di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 5(1), 39–44. <https://doi.org/10.56326/jpk.v5i1.5837>
- Nuro'im, A., & Anasrulloh, M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Semester Iv, Vi Dan Viii Universitas Bhinneka PGRI Tulungagung Tahun Akademik 2022/2023. *Jurnal Economina*, 2(9), 2294–2309. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.811>
- Pawestri, D. R., & Warastri, A. (2024). Hubungan kontrol diri dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif terhadap produk fashion pada mahasiswa laki-laki di Yogyakarta. *Ranah Research: Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 7(1), 339-354. <https://doi.org/10.38035/rj.v7i1.1195>
- Putri, A. R., & Aulia, F. (2024). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Harga Diri pada Mahasiswa Generasi Z Universitas Swasta Jakarta. *YASIN*, 4(5), 947–956. <https://doi.org/10.58578/yasin.v4i5.3599>
- Rahmadhenta, S. G., & Margiana, W. (2023). Hubungan Tingkat Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Seksual pada Remaja Kelas XI di SMK Bakti Purwokerto. *Jurnal Kebidanan Harapan Ibu Pekalongan*, 10(2), 76–83. <https://doi.org/10.37402/jurbidhip.vol10.iss2.204>
- Saâ, F., & Fitrayati, D. (2022). Analisis pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa di era pandemi covid-19. *Jurnal Paedagogy*, 9(3), 467-475. <https://doi.org/10.33394/jp.v9i3.5288>
- Safitri, C. N., & M. Husnaini. (2025). Dampak Gaya Hidup Hedonisme Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Magister Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. *At-Thullab : Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 7(1), 22–36. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol7.iss1.art2>
- Seftiana, A. F., Syafitri, A., Eliyati, E., Ningsih, L. S., & Jadidah, I. T. (2023). Analisis Gaya Hidup Hedonisme Di Era Globalisasi Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang. *Jurnal Multidisipliner Kapalamada*, 2(04), 226-234. <https://doi.org/10.62668/kapalamada.v2i04.839>

- septiana Putri, H., & Arswimba, B. A. (2024). Hubungan Antara Konformitas di Lingkungan Pertemanan dengan Gaya Hidup Hedonisme pada Pelajar SMA. *Edukasi Elita: Jurnal Inovasi Pendidikan*, 1(4), 38-50. <https://doi.org/10.62383/edukasi.v1i4.604>
- Syandana, D. A., & Dhanial, D. R. (2024). Hubungan antara Fear of Missing Out (FoMO) dan gaya hidup hedonis dengan impulsive buying pada mahasiswa pengguna e-commerce. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 691-705. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i3.4502>
- Widiastuti, C. T., Universari, N., & Setiawan, I. N. (2023). Analisis Gaya Hidup Sebagai Variabel Mediasi Pada Perilaku Konsumtif Belanja Online. *Solusi*, 21(4), 366-378. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i4.7497>
- Wulandari, A., & Ardhaningsih, V. (2022). Evaluasi Pemberian Dan Penggunaan Obat Antihipertensi Pada Pasien Lansia Di Puskesmas Sukarami Palembang. *INPHARNMED Journal (Indonesian Pharmacy and Natural Medicine Journal)*, 5(2), 17. <https://doi.org/10.21927/inpharmmed.v5i2.1919>.