

Pengaruh *Self-Esteem* terhadap Gaya Hidup Hedonisme Pada Generasi Z di Kota Pontianak

Indah Fitry¹, Nur Kur'Ani², Riszky Ramadhan³
^{1,2,3} Psikologi, Universitas Muhammadiyah Pontianak
e-mail: fitryindah03@gmail.com

Abstrak

Generasi Z tumbuh di era teknologi canggih yang menjadikan mereka mahir dalam memanfaatkan teknologi, kaya akan informasi, serta memiliki pengalaman dan gaya hidup yang beragam. Generasi Z sebagai konsumen yang cerdas dan peka terhadap tren, merek, dan popularitas menunjukkan sifat yang dinamis. Kemajuan zaman juga membawa dampak negatif, salah satunya adalah kecenderungan terhadap gaya hidup hedonisme. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *self-esteem* terhadap gaya hidup hedonisme pada generasi Z di Kota Pontianak. Subjek penelitian terdiri dari 132 individu yang dipilih menggunakan metode *purposive* sampling. Instrumen yang digunakan meliputi skala *self-esteem* dan skala gaya hidup hedonisme. Analisis data dilakukan dengan metode regresi linear sederhana. Hasil analisis menunjukkan koefisien regresi sebesar 0,786 dengan nilai signifikan 0,000 ($< 0,05$), yang mengindikasikan adanya pengaruh negatif yang signifikan antara *self-esteem* terhadap gaya hidup hedonisme. Sumbangan efektif dari *self-esteem* terhadap gaya hidup hedonisme sebesar 58,5%.

Kata kunci: *Self-Esteem, Gaya Hidup Hedonisme, Gen-Z.*

Abstrak

Generation Z grew up in an era of advanced technology that makes them proficient in utilizing technology, rich in information, and have diverse experiences and lifestyles. As savvy and sensitive consumers to trends, brand, and popularity. Generasi Z exhibits a dynamic nature. The progress of the times also has negative impacts, one of which is the tendency towards a hedonistic lifestyle. This study aims to determine the influence of self-esteem on the hedonist lifestyle in generation Z in Pontianak. The research subject consisted of 132 individuals who were selected using a *purposive* sampling method. The instruments used included the self-esteem scale and the hedonism lifestyle scale. Data analysis was carried out using a simple linear regression method. The results of the analysis showed a regression coefficient of 0,786 with a significance value of 0,000 ($< 0,05$), which indicates a significant negative influence between self-esteem and hedonistic lifestyle. The effective contribution of self-esteem to the hedonist lifestyle was 58,5%.

Kata kunci: *Self-Esteem, Hedonism Lifestyle, Gen-Z.*

PENDAHULUAN

Generasi Z, lahir antara tahun 1996 hingga 2010, merupakan generasi yang mewakili semangat inovasi dan keterhubungan global (Bayti, Desi, & dkk, 2020) Tumbuh dengan teknologi canggih menjadi keseharian (Sukamdani & Arneldy, 2022). Populasi generasi Z dengan umur 15-29 tahun terdapat 192.573 penduduk (Disdukcapil, 2024).

Generasi Z cenderung boros dan lebih senang menghabiskan uang untuk hiburan dibanding menabung, sehingga sering kali melewati batas kemampuan keuangan yang mereka punya karena kurangnya memahami kemampuan finansial sebelum memutuskan gaya hidup (Detik, 2024) Gaya hidup hedonisme dipengaruhi oleh keinginan mendapatkan pengalaman instan untuk bersenang-senang dan meningkatkan status sosial (CNA, 2024). Survei populix menambahkan bahwa 7 dari 10 generasi Z di Indonesia sering menghabiskan waktu secara percuma, selalu ingin menjadi pusat perhatian dan menggunakan uang dengan istilah keren dan

gaul sehingga berorientasi pada kemewahan, kesenangan semata serta pengalaman glamor untuk meningkatkan kepercayaan diri atau *self-esteem* (Siregar, 2019).

Gaya hidup hedonisme didefinisikan pandangan hidup mewah dan memaksa secara tidak sadar mengikuti budaya hedonisme (Irma, Anggun & dkk, 2016). Individu akan melakukan apa saja untuk membahagiakan dirinya meskipun dengan cara unik dan langka (Violita, 2023). Generasi Z di kota Pontianak rela mengorbankan kesehatan hanya untuk penampilan dengan meningkatkan pergaulan yang modis dan elit dengan *party* dan gaya hidup *fancy* (Tribun, 2018). Pengorbanan untuk sekedar gaya hidup dan meningkatkan harga diri berdampak pada kesehatan fisik dan mental atau cara beradaptasi dengan tekanan sosial (KBRN, 2024).

Self-esteem merupakan penilaian positif atau negatif terhadap diri sendiri, sangat berpengaruh dalam mengambil keputusan dan perilaku individu (Ghufron & S, 2010). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa harga diri yang rendah sering dikaitkan dengan gaya hidup hedonis (Yuliasinta & Edwina, 2017; Muis, Tiabe, & Adi, 2019).

Wawancara dilakukan terhadap 12 responden di kota Pontianak juga menguatkan bahwa mereka ingin diakui dan mengikuti tren agar dianggap keren dan berstatus, melakukan berbagai cara seperti berhemat, bekerja sampingan bahkan meminjam uang secara online atau *paylater* hanya untuk memenuhi gaya hidup dengan mengunjungi tempat baru, berbelanja dan mengunggah momen di media sosial sebagai bentuk unjuk gengsi yang secara tidak langsung memengaruhi *self-esteem* dengan menganut gaya hidup hedonisme.

METODE

1. Identifikasi variabel

- Variabel bebas (X) *self esteem* : Penilaian diri individu terhadap harga dirinya diukur menggunakan skala Coopersmith (1967) yang mencakup kekuatan, keberartian, kebajikan dan kompetensi. Semakin tinggi skor, berarti harga diri juga tinggi.
- Variabel tergantung (Y) Gaya hidup hedonisme : Pola perilaku yang fokus pada kesenangan dan pengalaman memuaskan, diukur menggunakan skala yang mencakup aspek kegiatan, minat, dan opini dari Reynold dan Darden (1994). Semakin tinggi skor, berarti gaya hidup hedonisme juga tinggi.

2. Definisi operasional

- *Self esteem* : Diukur dari hasil skala berdasarkan aspek-aspek yang menunjukkan tingkat penghargaan dan penerimaan diri.
- Gaya hidup hedonisme : Diukur dari aspek-aspek yang menggambarkan seberapa besar individu mengikuti gaya hidup yang mencari kesenangan dan kemewahan

3. Populasi dan sampel

- Populasi : seluruh generasi Z di Kota Pontianak sekitar 192.573 penduduk (Disdukcapil, 2024).
- Sampel : Berjumlah 132 individu yang diambil menggunakan teknik purposive sampling, yaitu individu yang memenuhi kriteria seperti generasi Z di Kota Pontianak, lahir antara tahun 1996 hingga 2010.

4. Pengumpulan data

- Menggunakan wawancara tidak terstruktur dan skala likert yang dikembangkan sendiri berisikan pernyataan terkait *self esteem* dan gaya hidup hedonisme sesuai aspek-aspek dari para ahli

Skala ini menggunakan SPSS 23 terdiri dari empat tingkat jawaban yang menggambarkan kesesuaian responden yang mencakup sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS) dan sangat tidak sesuai (STS), sehingga berdasarkan urutan skor *aitem* yang sejalan (*favorable*) diberikan skor 4 hingga 1, sedangkan skor untuk *aitem* yang tidak sejalan (*unfavorable*) diberikan skor dari 1 sampai 4

5. Uji validitas dan reliabilitas

- Validitas : Pemeriksaan isi oleh dosen pembimbing guna memastikan tiap *aitem* relevan dan sesuai indikator
- Reliabilitas : Uji konsistensi dengan Alpha Cronbach, lebih dari 0,7 dianggap baik

6. Analisis data

- Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov guna melihat data distribusi normal.
- Uji linearitas guna melihat hubungan antara variabel bebas dan terikat dengan software SPSS 23
- Uji hipotesis menggunakan regresi linear sederhana guna menganalisis adanya pengaruh self-esteem terhadap gaya hidup hedonisme. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, berarti terdapat pengaruh yang signifikan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara *self-esteem* terhadap gaya hidup hedonisme pada generasi Z di Kota Pontianak. Kota Pontianak dipilih sebagai tempat penelitian karena memiliki populasi yang cukup beragam dari segi suku bangsa dan budaya, serta tren gaya hidup hedonisme sedang marak dikalangan generasi Z. Kota Pontianak merupakan ibu kota Provinsi Kalimantan Barat yang memiliki luas wilayah sekitar 118,31 km dan jumlah penduduk sekitar 683 ribu jiwa. Dari jumlah tersebut, sekitar 192 ribu jiwa berusia antara 15 hingga 29 tahun yang termasuk dalam kelompok generasi Z. Gaya hidup hedonisme yang ditunjukkan melalui kegiatan seperti berbelanja, nongkrong di cafe, mall maupun taman kota menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

Pengembangan dan Uji Coba Instrumen:

Untuk mengukur gaya hidup hedonisme, digunakan skala yang terdiri dari tiga aspek utama, yaitu kegiatan (*activity*), minat (*interest*), dan opini (*opinion*). Sedangkan untuk *self-esteem*, diukur melalui empat aspek utama yaitu kekuatan (*power*), keberartian (*significance*), kebajikan (*virtue*), dan kompetensi (*competence*). Kedua skala ini disusun berdasarkan teori dari Reynolds & Darden dan Coopersmith, kemudian dilakukan uji coba dan validasi menggunakan data dari 30 responden di Pontianak untuk memastikan reliabilitas dan validitas instrumen. Setelah analisis, jumlah aitem dalam setiap skala diseleksi berdasarkan korelasi diskriminasi dan reliabilitas.

Hasil dari Uji Validitas dan Reliabilitas:

Data hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's alpha sebesar 0,987 untuk skala gaya hidup hedonisme dan 0,984 untuk skala *self-esteem*, yang mengindikasikan bahwa instrumen yang digunakan sangat reliabel. Sedangkan uji normalitas menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dengan nilai Asymp. Sig. masing-masing di atas 0,05, dan uji linearitas menunjukkan hubungan yang bersifat linear antara kedua variabel.

Distribusi dan Kategorisasi Variabel:

Berdasarkan analisis skor dari 132 responden, mayoritas subjek masuk kategori sedang untuk kedua variabel. Untuk gaya hidup hedonisme, sebanyak 65,9% termasuk dalam kategori sedang, sedangkan sisanya masuk dalam kategori rendah dan tinggi. Untuk *self-esteem*, mayoritas juga berada dalam kategori sedang (62,9%), diikuti oleh tinggi (23,5%) dan rendah (13,6%).

Hasil Analisis Statistik:

Pengujian regresi linier sederhana menunjukkan bahwa *self-esteem* berpengaruh secara signifikan terhadap gaya hidup hedonisme dengan nilai F hitung sebesar 183,019 dan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Nilai R sebesar 0,765 dan R^2 sebesar 0,585 menandakan bahwa 58,5% variansi gaya hidup hedonisme dapat dipengaruhi oleh tingkat *self-esteem*.

Persamaan Regresi dan Interpretasi:

Persamaan regresi yang didapat adalah:

$$Y = 259,004 - 0,786 X$$

Di mana Y adalah skor gaya hidup hedonisme, X adalah skor *self-esteem*.

Koefisien regresi sebesar -0,786 menunjukkan adanya hubungan negatif yang kuat, artinya, semakin rendah *self-esteem* seseorang, semakin tinggi kecenderungan mereka menjalani gaya hidup hedonis. Sebaliknya, semakin tinggi rasa percaya diri, cenderung gaya hidup hedonisme berkurang.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif signifikan antara *self-esteem* dan gaya hidup hedonisme, di mana nilai signifikansinya cuma 0,000. Artinya,

semakin tinggi rasa percaya diri seseorang, makin kecil kemungkinan mereka menjalani gaya hidup hedonis. Nilai R Square sebesar 58,5% menunjukkan bahwa sebagian besar variasi dalam gaya hidup hedonisme bisa dijelaskan oleh tingkat *self-esteem*, sisanya dipengaruhi faktor lain seperti lingkungan sosial dan tekanan teman. Hasil kategorisasi juga menunjukkan bahwa mayoritas responden masuk kategori sedang baik untuk kedua variabel. Dari skor yang didapat, terlihat bahwa banyak generasi Z merasa kesulitan menjalin hubungan interpersonal, yang tercermin dari tingginya skor *unfavorable* di *self-esteem*. Sebaliknya, mereka yang menjalani gaya hidup hedonis cenderung merasa bahagia setelah berbelanja dan mengikuti tren kekinian, yang ditunjukkan dari skor *favorable* yang tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamanda, Y. (2018). Pengaruh Harga Diri dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif. *Psikoborneo*, 274-277.
- Anggara, B., Masfufah, A. F., Sari, I. P., Rahayu, L., Hakim, L., Prastio, M., & Olivia Yonata, S. F. (2024). Menangani Tantangan Sosial dan Ekonomi di Era Gen Z. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 286.
- Angkatan Madin IAIN Tulungagung 2018. (2020). *Sang Santri; Perjalanan Meraih Barakah Kyai*. Tulungagung: Guepedia.
- Appulembang, Y. A. (2023). *Statistik Deskriptif dalam Penelitian dan Penggunaan Aplikasi SPSS*. Palembang: Bening Media Publishing.
- Azwar, S. (2014). *Reliabilitas dan Validitas (IV)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2021). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. F. (2017). *Metode Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: (Anggota IKAPI) PUSTAKA BELAJAR.
- Bayti, T. N., Desi, A., & dkk. (2020). *Gagasan Millenial & Generasi Z untuk Indonesia Emas 2045*. Atambua Barat: Fianosa Publishing (Yayasan Nusa Timur).
- BPS. (2024, Juni 11). Diambil kembali dari Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2023: <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html?year=2023>
- CNA, I. (2024, Juni 04). Diambil kembali dari CNA Indonesia: <https://www.cna.id/lifestyle/gen-z-hedon-jajan-uang-17126>
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of Self-Esteem*. Amerika: W.H Freeman and Company.
- Daulay, Z. R. (2025). Dampak Peranan Kesenangan Dalam Berbelanja dan Kebiasaan Konsumtif terhadap Pembelian yang Tidak Direncanakan Secara Online oleh Mahasiswa Politeknik Unggul LP3M di Platform Shopee. 923-924.
- DepokPos. (2024, Oktober 16). Diambil kembali dari Depok Pos: <https://www.depokpos.com/2024/10/di-balik-fomo-hedonisme-dan-konsumerisme-pada-gen-z/>
- Dewantari, J. P., & Handayani, A. (2024). Hubungan Antara Konformitas dan Harga Diri Terhadap Gaya Hidup Hedonisme pada Siswa SMAS Nasima Semarang. *PSISULA*, 568-571.
- Disdukcapil, P. (2024, Oktober). *DISUKCAPIL*. Diambil kembali dari Jumlah Penduduk Kota Pontianak: <https://disdukcapil.pontianak.go.id/download/jumlah-penduduk-semester-1-tahun-2024>
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen Edisi keenam, Jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghufron, M. N., & S, R. R. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: AR-RUZZ MEDUA GROUP.
- Graham, G. (2018). *Teori-Teori Etika*. Bandung: Nusa Media.
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Indonesia, C. (2024, Juni 04). Diambil kembali dari CNA Indonesia: <https://www.cna.id/lifestyle/gen-z-hedon-jajan-uang-17126>
- Irma, A., Anggun, & dkk. (2016). *Post Modern Dalam Pemikiran Anak Muda*. Malang: Media Nusa Creative.

- Kanisius. (1987). *Etika Dasar Masalah-masalah pokok Filsafat Moral*. Yogyakarta: Kanisius (Anggota IKAPI).
- KBRN, M. (2024, September 19). Diambil kembali dari Mengungkapkan Dampak Negatif Gaya Hidup Hedonisme di Era Modern: <https://www.rri.co.id/lain-lain/984489/mengungkap-dampak-negatif-gaya-hidup-hedonisme-di-era-modern>
- Kementrian, K. (2020, Oktober 08). Diambil kembali dari Merantau dan Pulang sebagai Kewajiban: <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-bontang/baca-artikel/13443/Merantau-dan-Pulang-Sebagai-Kewajiban.html>
- Kota Pontianak, D. (2024, Oktober). Diambil kembali dari Disdukcapil Jumlah Penduduk Kota Pontianak: <https://disdukcapil.pontianak.go.id/download/jumlah-penduduk-semester-1-tahun-2024>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi ke-12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Maulana, M. C., Hatimatunnisani, H., Oktapiani, S., Zaharah, M. F., & Hendriady, D. K. (2024). Analisis Pengaruh Gaya Hidup Gen Z terhadap Tata Kelola Keuangan Pribadinya. *Jurnal Emba*, 231-239.
- Muis, M., Taiibe, P., & Adi. (2019). Hubungan Harga Diri dengan Gaya Hidup Hedonisme pada Mahasiswa Tidore di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Universitas Indonesia Timur*, 6-7.
- Nizamuddin. (2020). *PENELITIAN BERBASIS TESIS DAN SKRIPSI*. Bandung: PT. Panca Terra Firman.
- Pedia, D. (2024, Juni 12). Diambil kembali dari Generasi Z-Milenial Rentan Terjerat Pinjol Gegara Prinsip Hidup Yolo dan Fomo: <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7387412/gen-z-milenial-rentan-terjerat-pinjol-gegara-prinsip-hidup-yolo-fomo>
- Pemprov, K. (2024, SEPTEMBER 26). Diambil kembali dari Data Penduduk Kalimantan Barat Berdasarkan Kelompok Umur Periode Januari - Juni 2024: <https://www.instagram.com/p/DAYpkOIh4HS/?igsh=ZHcydHk2YmRxOTh6>
- Periantalo, J. (2016). *Penelitian Kuantitatif Untuk Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar (Anggota IKAPI).
- Periantalo, J. (2017). *Statistika Dasar untuk Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Pontianak, D. K. (2024, Oktober). Diambil kembali dari Disdukcapil Jumlah Penduduk Kota Pontianak: <https://disdukcapil.pontianak.go.id/download/jumlah-penduduk-semester-1-tahun-2024>
- Pontianak, P. K. (2019). *diskominfo pontianak*. Diambil kembali dari Profile Daerah: <https://ppid.pontianak.go.id/profil-daerah>
- Pontianak, T. (2018, Desember 20). Diambil kembali dari Tribun Pontianak: <https://pontianak.tribunnews.com/2018/12/20/terjadi-peningkatan-gaya-hedonisme-di-kalangan-remaja-arti-dan-cara-mengatasinya>
- PontianakInfo. (2024, Oktober 07). Diambil kembali dari Tips Jadi Anak Rantau yang Bekerja di Kota Besar: <https://pontianakinfo.disway.id/read/8229/tips-jadi-anak-rantau-yang-bekerja-di-kota-besar>
- Purnama, K. A., Firliani, A., Aspary, O., & Tarigan, A. (2024). Pencapaian High Self Esteem Komunikasi Interpersonal Gen Z melalui lagu untungnya, hidup harus tetap berjalan karya musisi Bernadya. *Studia Komunikasi*, 7-8.
- Septhiadi, D. (2017). *Disrupsi: SIAP! Depok*.
- Siregar, A. S. (2019). *(Bunga Rampai) Problematika dan Tantangan Pendidikan Kita*. Guepedia.
- Sukamdani, N. B., & Arneldy, S. (2022). *Implementasi SWOT Analysis & Interpretative Structural Modelling dalam Program Pengembangan Profesional, Studi Kasus pada Agensi Asuransi Jiwa*. Jawa Tengah: PT Nasya Expanding Management.
- Tribun, P. (2018, Desember 20). Diambil kembali dari Terjadi Peningkatan Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Remaja, Arti dan Cara Mengatasinya: <https://pontianak.tribunnews.com/2018/12/20/terjadi-peningkatan-gaya-hedonisme-di-kalangan-remaja-arti-dan-cara-mengatasinya>

- Veriza, E., Rosa, E., & dkk. (2023). *Model Intervensi Modifikasi Perilaku Self Esteem (MIMSE) dalam Menurunkan Perilaku Berisiko pada Kesehatan Remaja*. Jawa Tengah: PT. Pena Persada Kerta Utama.
- Violita, M. D. (2023). *Konsumerisme Masyarakat Urban: Konsep, Sejarah, dan Pengaruhnya terhadap Pola Gaya Hidup (Kajian Kritis Etika Deontologi Immanuel Kant)*. Bali: NILACAKRA.
- Vivian, S. (2020). Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck. *Jurnal Transaksi*, 52-57.
- Wahyuni, A. (2024). *Terapi Luka Batin, Sebuah Buku untuk Membantumu Menemukan Kembali Dirimu yang Belum Utuh*. Yogyakarta: ANAK HEBAT INDONESIA (Anggota Ikapi).
- Yuliasinta, & Edwina, T. N. (2017). Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Ditinjau dari Harga Diri. *Prosiding SEMNAS Penguatan Individu di Era Revolusi Informasi*, 347-348.us