

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Tidak dapat dipungkiri bahwa sebuah realita kehidupan pada era globalisasi seperti sekarang ini masih terbilang cukup unik. Karena dengan menawarkan begitu banyak fasilitas-fasilitas canggih melalui berbagai media massa baik media cetak maupun elektronik, maka telah menciptakan suatu gaya hidup bagi masyarakat. Menurut Kotler dan Amstrong (1997) gaya hidup adalah pola hidup seseorang dalam dunia kehidupan yang dinyatakan dalam aktivitas, minat, dan pendapat (opini) yang bersangkutan.

Tambunan (2001) mengatakan bahwa kebiasaan dan gaya hidup masyarakat pada masa sekarang cepat sekali berubah, ketika masyarakat yang dahulunya menganggap bahwa memiliki kendaraan mobil merupakan suatu kebutuhan sekunder, namun kini hal tersebut seakan-akan telah berubah menjadi kebutuhan primer. Tidak hanya kendaraan mobil saja melainkan juga barang-barang yang dahulunya dianggap tidak penting, kini menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat.

Menurut Chaney (1996) kebiasaan dan gaya hidup masyarakat yang cepat sekali berubah tersebut dikarenakan masyarakatnya cenderung memiliki pola hidup modern yang selalu mengikuti arus perkembangan zaman bahwa apa yang menjadi suatu *trend* pada saat ini akan segera diikuti, jika mereka tidak mengikutinya maka mereka dianggap ketinggalan zaman oleh kelompok atau lingkungan yang mereka tinggali di sekelilingnya. Masyarakat yang paling mudah terpengaruh oleh pola hidup modern yang terjadi di sekelilingnya adalah remaja.

Menurut Monks (2001) remaja cenderung berusaha mengikuti perkembangan yang terjadi dengan tujuan untuk memperoleh eksistensi dalam lingkungan sosialnya. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti *trend*, misalnya pemilihan model pakaian dengan merek terkenal, penggunaan telepon genggam (*handphone*) dengan fasilitas layanan terbaru, berbelanja di pusat perbelanjaan terkenal, dan keinginan untuk menghabiskan waktu luang bersama dengan kelompok lingkungannya.

Hasil penelitiannya Suryo (1999) mengungkapkan bahwa budaya yang marak terjadi di kalangan remaja adalah budaya yang mengarah pada pola kebarat-baratan. Misalnya antara lain banyak yang mengubah warna rambut dan cara berpakaian yang mulai berani tampil *sexy*. Segala sesuatu yang bersifat modern pada saat ini banyak diminati oleh remaja karena pola hidup yang modern mampu memberikan suatu kesan di masyarakat bahwa remaja yang bergaya hidup modern adalah remaja yang tidak “*ketinggalan zaman*” atau selalu mengikuti perubahan dan memiliki cita rasa tinggi.

Pada dasarnya masa remaja berada pada rentang usia antara 12 hingga 21 tahun, dalam rentang usia tersebut remaja dapat dikatakan bahwa sosok individu yang belum matang dalam pencarian identitas dirinya karena masih melakukan transisi untuk menuju masa dewasa. Sehingga dalam proses pencarian identitas diri, remaja akan cenderung terus menerus mencoba dengan apa yang cocok pada dirinya (Monks, 2001). Hal ini dapat menyebabkan remaja mudah terjebak dalam gaya hidup yang hanya mencari kesenangan dan kenikmatan atau dapat disebut sebagai gaya hidup hedonis.

Menurut Susianto (1993) gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang mengarahkan pada semua aktivitasnya hanya untuk mencari kesenangan hidup. Aktivitas tersebut berupa lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang-barang mahal untuk

memenuhi kesenangannya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian. Fenomena yang ditemukan Coleman (dalam Harjanti, 2001) memperlihatkan bahwa kecenderungan gaya hidup remaja pada masa sekarang lebih mengarah pada gaya hidup hedonis yang dapat dilihat dari dominannya budaya anak muda yang hanya mengisi luangnya untuk berpesta, bermobil, mempunyai banyak teman yang senang hura-hura, dan sebagainya.

Sejalan dengan pendapat Kotler dan Amstrong (1997) bahwa peningkatan gaya hidup di lingkungan remaja tampak jelas pada aktivitas yang cenderung membeli suatu barang tanpa memandang fungsinya melainkan hanya untuk mengikuti *trend* semata, misalnya membeli barang bermerek termahal untuk meningkatkan harga diri, menghabiskan waktu senggang di *mall* atau kafe, dan berhura-hura bersama teman-teman sebayanya di tempat hiburan malam. Ukuran gaya hidup hedonis pada dasarnya lebih terfokus pada pencarian kesenangan dan kenikmatan hidup.

Mencermati kenyataan di atas, maka Harjanti (2001) dalam hasil penelitiannya juga membuktikan bahwa tempat berkumpul yang paling populer untuk mengisi waktu luang bagi para remaja adalah *mall* yang ditunjukkan ke dalam prosentase sebesar (30,8%), kemudian untuk membelanjakan uangnya prioritas pertama pengeluaran bagi para remaja adalah jajan dengan prosentase sebesar (49,4%), membeli alat sekolah sebesar (19,5%), hura-hura sebesar (9,8%), membeli pakaian sebesar (9,4%), menabung sebesar (8,8%), membeli kaset sebesar (2,3%), membeli aksesoris mobil sebesar (0,6%), dan sisanya yang tidak menjawab sebesar (0,2%).

Purwokerto sebagai salah satu kota yang terdapat di provinsi Jawa Tengah telah berkembang mengikuti budaya hedonisme, dimana para remaja berlomba-lomba untuk mengikuti *trend* yang sedang berkembang sekarang. Tampak jelas ketika hari libur telah tiba atau akhir pekan, kota Purwokerto sangat ramai dengan aktivitas perbelanjaan, wisata kuliner, dan menikmati keindahan kota Purwokerto. Maka tidak mengherankan

apabila liburan tiba, kota Purwokerto menjadi sangat padat dengan aktifitas para remaja untuk bersenang-senang.

Kota Purwokerto terkenal juga dengan kehidupan gemerlapnya malam, dengan gaya hidup serba *glamour* dan bersenang-senang serta terdapatnya tempat diskotik (dunia gemerlap) bagi para remaja yang terhubung ke dalam beberapa komunitas. Salah satu contoh komunitas yang terdapat di kota Purwokerto adalah komunitas klub mobil. Remaja dan klub mobil merupakan salah satu contoh komunitas yang sepertinya tidak pernah dipusingkan dengan masalah uang dan materi, karena kegiatan yang dilakukannya lebih mengarah pada gaya hidup hedonis.

Menurut Hurlock (2009) remaja mempunyai kepekaan terhadap apa yang sedang diinginkannya, kemudian remaja juga cenderung mengikuti mode yang sedang berkembang. Misalnya saja dalam suatu klub mobil, mereka senang pergi ke diskotik dan apabila terdapat anggotanya yang belum pernah mengunjungi diskotik maka akan dilecehkan dan dianggap tidak gaul dari klub mobil. Kasali (1998) menambahkan bahwa sebuah *trend* remaja saat sekarang yang berkaitan dengan modifikasi mobil juga berpengaruh dalam meningkatkan harga diri mereka misalnya menggunakan merek ternama dalam memodifikasi audio, velg mobil, *body kit*, *sunroof*, dan sebagainya.

Berbagai fenomena gaya hidup hedonis yang telah disebutkan di atas merupakan cara remaja untuk menunjukkan jati diri dan juga ingin mengekspresikan apa yang ada dalam dirinya, mereka juga ingin kehadirannya diakui sebagai anggota dari kelompok yang mereka idamkan. Dalam usaha tersebut remaja berusaha membentuk citra atau gambaran tentang dirinya dan upaya ini terakumulasi dalam suatu konsep yang berisikan gambaran tentang bagaimana setiap remaja mempersepsikan dirinya (Harjanti, 2001).

Gaya hidup hedonis merupakan suatu hal yang menarik untuk diteliti karena merupakan wujud ekspresi dari perilaku eksperimental yang dimiliki remaja untuk

mencoba sesuatu hal yang baru. Susianto (1993) mengatakan bahwa gambaran mengenai kecenderungan gaya hidup hedonis tersebut menampakkan ciri khas pada diri remaja yang diantaranya dengan selalu mengerjakan aktivitas maupun minatnya dengan cara berkelompok. Salah satu faktor yang menjadi penyebab munculnya gaya hidup hedonis dalam diri remaja yaitu konsep diri.

Menurut Hurlock (2009) konsep diri adalah gambaran yang dimiliki seseorang mengenai bagaimana yang dicita-citakan dan bagaimana dirinya yang sesungguhnya baik secara fisik maupun psikologis. Dalam hal ini, jika kesempatan mengembangkan diri dan menyesuaikan diri dengan tugas-tugas perkembangannya tersebut kurang, maka dapat mengakibatkan remaja merasa ditolak oleh lingkungannya. Oleh karena itu remaja akan mempertahankan diri dengan cara yang menyimpang dan mempertahankan gambaran diri yang palsu, sehingga mengakibatkan remaja mengembangkan konsep diri negatif.

Gaya hidup hedonis seseorang sebenarnya tidak hanya dipengaruhi oleh konsep diri tetapi juga dipengaruhi oleh kelompok dimana individu tersebut berinteraksi. Apabila dijumpai dalam kesehariannya remaja lebih sering menghabiskan waktu dengan teman-teman kelompoknya, maka dapat diambil suatu pengertian bahwa jika pengaruh teman terhadap sikap pembicaraan, minat, penampilan, dan perilakunya sangat besar kemungkinan terbentuk gaya hidup hedonis pada dirinya (Hurlock, 2009).

Misalnya saja dalam suatu kelompok atau komunitas, jika para remajanya memiliki kecenderungan gaya hidup hedonis, maka mereka akan berusaha mengikutinya agar dapat diterima dalam kelompok tersebut. Demikian pula apabila anggota remaja dalam kelompok atau komunitasnya melakukan kegiatan bakti sosial, maka remaja tersebut cenderung mengikutinya tanpa memperdulikan perasaan mereka yang lainnya.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan yang telah dilakukan peneliti pada tanggal 15 April 2015 melalui wawancara dengan “MU” selaku ketua klub mobil “*violet auto female*” Purwokerto. Diperoleh informasi bahwa terdapat 80% dari remaja klub mobil ini melakukan berbagai kegiatan yang bersifat hedonis, yaitu melakukan modifikasi mobil yang menelan biaya hingga puluhan juta, senang *touring* ke luar kota dengan *budget* mencapai tiga hingga lima juta setiap empat kali dalam sebulan. Terlebih jika ada *event*, mereka senang mengunjungi diskotik untuk tempat berkumpul setiap akhir pekan. Dalam berpakaian hampir 95% terlihat *sexy* hanya memakai *tanktop*, rok mini atau *hotpant* di atas lutut. Senang berbelanja pakaian dengan merek-merek terkenal seperti *zara*, *chanel*, *wrangler*, *levis*, *prada*. Sedangkan untuk berbelanja tasnya seperti merek *hermes*, *gucci*, *chloe*, *channel*, dan *aigner*. Kemudian selalu banyak yang ingin menjadi pusat perhatian masyarakat.

Selanjutnya wawancara yang kedua pada hari yang sama yaitu pada tanggal 15 April 2015 dengan “LH” selaku remaja klub mobil “*violet auto female*” Purwokerto, mengatakan bahwa opini mereka hanyalah untuk mendapatkan kenikmatan seperti berbelanja barang-barang mewah dengan harga kisaran tiga juta setiap dua kali dalam seminggu itu menurut “LH” merupakan opini yang sangat bagus. Apabila terdapat *event* tertentu seperti acara kontes mobil dan ulang tahun, maka suatu kewajiban yang “LH” lakukan adalah dengan membeli pakaian baru dengan kisaran harga sekitar 850 ribu hingga dua juta untuk sekali pakai dengan tujuan hanya ingin mencuri perhatian masyarakat.

Kemudian wawancara yang ketiga pada tanggal 15 April 2015 dengan “AJ” selaku remaja klub mobil “*violet auto female*” Purwokerto, mengatakan bahwa 90% minat remaja pada klub mobil ini hanya ditunjukkan melalui keinginan-keinginan untuk mendapatkan kesenangan dengan cara bepergian ke kafe atau salon terbaru yang

menghabiskan waktu hingga lima jam untuk dua sampai tiga kali pertemuan dalam seminggu. Memiliki keinginan untuk menginap dan berpesta di hotel berbintang dengan tarif yang sangat mahal. Pesta dilakukan setiap dua bulan sekali atau terkadang dilakukan di luar kota seperti Jogjakarta, Magelang, Bandung, dan Jakarta. Keinginan untuk berkaraoke yang menghabiskan dana sekitar lima juta dalam waktu setiap dua bulan sekali.

Berdasarkan data yang diterima dari “MU” selaku ketua klub mobil “*violet auto female*” Purwokerto, dapat diketahui bahwa klub mobil ini beranggotakan semuanya adalah wanita yang tergolong remaja antara usia 17 hingga 21 tahun. Hasil wawancara terhadap tiga narasumber tersebut tidak sejalan dengan tujuan dari klub mobil wanita ini yaitu untuk menjunjung tinggi nilai-nilai pertemanan, dapat bersikap baik terhadap masyarakat, dan mampu menjaga nama baik klub di mata masyarakat. Dapat terungkap melalui hasil observasi peneliti di salah satu tempat hiburan malam terkenal yang terdapat di kota Purwokerto. Dari hasil observasi tersebut, diketahui bahwa mereka terlihat senang mengunjungi diskotik setiap satu minggu sekali, dalam berpakaian banyak yang terlihat tampil *sexy* dan modis. Gaya hidup hedonis yang dilakukan remaja klub mobil “*violet auto female*” menurut ketiga narasumber tersebut karena dipengaruhi oleh konsep dirinya yang negatif seperti berhura-hura dan menghamburkan uang serta tidak dapat menahan rasa nafsunya untuk mendapatkan sebuah kesenangan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah yaitu “apakah ada hubungan antara konsep diri dengan kecenderungan gaya hidup hedonis pada remaja klub mobil *Violet Auto Female* di kota Purwokerto ?”.

### C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah “untuk mengetahui hubungan antara konsep diri dengan kecenderungan gaya hidup hedonis pada remaja klub mobil *Violet Auto Female* di kota Purwokerto”.

### D. Manfaat Penelitian

#### 1. Secara Teoritis

Dapat memberikan khasanah dan ilmu pengetahuan dalam bidang psikologi, khususnya pada bidang psikologi sosial yang dalam hal ini terdapat kaitannya dengan hubungan antara konsep diri dengan gaya hidup hedonis pada remaja klub mobil *Violet Auto Female* di kota Purwokerto.

#### 2. Secara Praktis

##### 1. Bagi remaja klub mobil “*violet auto female*”

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tentang gaya hidup hedonis dan memberi masukan melalui penyuluhan agar remaja dapat mengerti arti hidup yang sesungguhnya bahwa hidup tidak hanya berisikan untuk kesenangan dan kenikmatan semata.

##### 2. Bagi ketua klub mobil “*violet auto female*”

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi terkait gaya hidup hedonis anggotanya serta menjadikan konsep diri positif dengan cara memberikan sanksi tegas apabila terdapat anggotanya yang senang melakukan hura-hura dengan membawa nama klub mobil ini menjadi buruk di mata masyarakat.