



Bau Ratu<sup>1</sup>  
Ninil Elfira<sup>2</sup>  
Walma Hajul Jannah<sup>3</sup>  
Silvia Lagebada<sup>4</sup>  
Deby Lou Rina  
Lawau<sup>5</sup>  
Moh. Indra<sup>6</sup>  
Meky Dumupa<sup>7</sup>

## PENGARUH TEMAN SEBAYA TERHADAP HEDONISME MAHASISWA

### Abstrak

Penelitian ini mengkaji pengaruh teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan tinjauan pustaka, studi ini mengungkapkan bahwa teman sebaya memiliki peran signifikan dalam membentuk perilaku hedonistik mahasiswa, sering kali melebihi pengaruh keluarga. Beberapa mekanisme pengaruh yang diidentifikasi meliputi: (1) kecenderungan mengikuti perilaku hedonistik teman untuk diterima dalam kelompok, (2) paparan gaya hidup mewah melalui media sosial yang memicu perbandingan sosial, (3) fenomena FOMO (*Fear of Missing Out*) yang mendorong partisipasi dalam pengalaman mahal, (4) keinginan untuk menyaingi atau melampaui status sosial teman yang mengarah pada perilaku konsumtif, dan (5) peran teman sebaya sebagai perantara tren budaya populer yang mempromosikan nilai-nilai hedonistik.

**Kata Kunci :** Teman Sebaya, Hedonisme, Mahasiswa

### Abstract

This research examines the influence of peers on hedonistic lifestyles among students. By using a qualitative, descriptive approach and literature observation, this research reveals that peers have a significant role in shaping students' hedonistic behavior, often exceeding family influence. Some of the influence mechanisms identified include: (1) the tendency to follow the hedonistic behavior of friends to be accepted in the group, (2) exposure to a luxurious lifestyle through social media which triggers social comparison, (3) the FOMO (Fear of Missing Out) phenomenon, which encourages participation in expensive experiences, (4) the desire to match or surpass friends' social status which leads to consumer behavior, and (5) the role of peers as mediators of popular cultural trends that promote hedonistic values.

**Keywords:** Peers, Hedonism, Students

### PENDAHULUAN

Gaya hidup hedonisme telah menjadi salah satu aspek yang menarik perhatian dalam kajian sosial kontemporer. Hedonisme, sebagai filosofi hidup yang menekankan kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan utama, tren memang telah meningkat secara signifikan di kalangan mahasiswa dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini telah menjadi perhatian para peneliti di bidang psikologi, sosiologi, dan pendidikan tinggi.

Kecenderungan mencari kesenangan berlebihan di antara kaum muda dapat terwujud dalam beragam bentuk. Ini meliputi pola konsumsi yang tidak terkendali, penggunaan narkoba secara ilegal, aktivitas seksual tanpa batasan, serta gaya hidup yang terlalu mementingkan kesenangan semata (Schüll, 2012).

<sup>1</sup> Universitas Tadulako

<sup>2</sup> STIT Ahlussunnah Bukittinggi

<sup>3,4,5,6,7</sup> Program Studi Bimbingan dan Konseling, Universitas Tadulako  
email: bauratu74@gmail.com, ninil.28.elfira@gmail.com, walmahajuljannah@gmail.com,  
silvialagebada72703@gmail.com, lawaudeby@gmail.com, indramoh160@gmail.com,  
melkydumupa10@gmail.com

Gaya hidup yang mengutamakan kesenangan, atau hedonisme, menjadi sorotan karena dianggap berdampak negatif terhadap perkembangan individu. Filosofi hidup ini menekankan pada pencarian kepuasan dan kenikmatan yang berlebihan, tanpa mempertimbangkan konsekuensi di masa depan. Dalam pandangan konvensional, hedonisme sering dikaitkan dengan perilaku yang melanggar norma, seperti penyalahgunaan obat-obatan terlarang, konsumsi alkohol berlebihan, hubungan sosial tanpa batasan, serta kecenderungan untuk bersikap malas.

Kaum muda memiliki keinginan kuat untuk menarik perhatian, terutama dari teman sebaya mereka, melalui penampilan, perilaku, dan tata krama. Mereka berupaya agar keberadaan mereka diakui dalam lingkungan sosial, sehingga mereka berusaha mengikuti tren terkini dalam hal penampilan (Wibisono, 2020). Dorongan untuk diterima dan menyesuaikan diri dengan kelompok sebaya mendorong remaja untuk mengadopsi berbagai gaya fesyen. Ini termasuk memilih pakaian bermerek terkenal, menggunakan ponsel dengan fitur terbaru dan merek prestise yang cenderung mahal, berbelanja di pusat perbelanjaan modern seperti mal alih-alih pasar tradisional, serta menghabiskan waktu luang bersama teman-teman seusia mereka di tempat-tempat umum.

Hedonism pada mahasiswa dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya pencarian identitas diri. Masa remaja merupakan periode di mana individu sedang mencari identitas diri. Mereka cenderung ingin mencoba hal-hal baru dan menantang batasan-batasan yang ada untuk menemukan siapa diri mereka sebenarnya (Kosasih et al., 2023).

Faktor lain yang mempengaruhi adalah kurangnya pengawasan dan komunikasi yang efektif dengan orang tua dapat mendorong remaja untuk mencari kesenangan dan kebebasan di luar lingkungan rumah, seperti yang dikemukakan oleh Maulida dan Safrida (2020). Selain itu, media sering menampilkan gaya hidup hedonistik sebagai sesuatu yang menarik dan mengesankan, yang dapat mempengaruhi cara pandang remaja terhadap konsep kesenangan dan kenikmatan (Strasburger & Hogan, 2013). Can dan Kaplan menambahkan bahwa penggunaan ponsel oleh remaja juga menjadi salah satu media yang berperan dalam membentuk persepsi ini (Can & Kaplan, 2018).

Faktor yang paling dominan adalah pengaruh teman sebaya, individu kerap ter dorong untuk meniru tingkah laku teman-temannya dengan tujuan memperoleh pengakuan dan perasaan menjadi bagian dari kelompok (Steinberg & Monahan, 2007). Penelitian secara konsisten memperlihatkan bahwa interaksi dengan rekan seusia memiliki dampak yang mendalam dan luas pada perkembangan remaja. Pengaruh ini berperan penting dalam membentuk pola pikir dan tindakan remaja, baik yang bersifat positif dan mendukung pertumbuhan, maupun yang cenderung negatif atau kurang sesuai dengan norma sosial. Dinamika hubungan antar teman sebaya ini menjadi faktor kunci yang mewarnai berbagai aspek kehidupan remaja, mulai dari pembentukan identitas hingga pengambilan keputusan sehari-hari (Laursen & Veenstra, 2021).

Berdasarkan pemaparan di atas maka tulisan ini ingin melihat lebih jauh bagaimana pengaruh teman sebaya terhadap hedonisme mahasiswa.

## METODE

Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menyelidiki dampak teman sebaya terhadap Hedonism mahasiswa. Guna memperkuat data penelitian, diperlukan sumber-sumber sekunder seperti buku, artikel jurnal, dan materi terkait lainnya (Andika, Syafruddin, Ashadi, & Saputra, 2023) sebagai tinjauan pustaka.

Afifuddin menegaskan pentingnya tinjauan pustaka sebagai alat peninjauan kontak (Afifuddin, 2012). Kajian literatur sangat bermanfaat dalam memberikan konteks dan makna pada penelitian yang sedang dilakukan. Melalui tinjauan pustaka, peneliti dapat secara eksplisit menyatakan, dan pembaca dapat memahami, mengapa topik yang diteliti merupakan masalah yang perlu dikaji. Hal ini mencakup aspek subjek penelitian, lingkungan, serta hubungan studi tersebut dengan penelitian relevan lainnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Teman sebaya memiliki peran penting dalam membentuk perilaku dan nilai-nilai mahasiswa, termasuk kecenderungan hedonisme. Hedonisme sendiri adalah pandangan hidup yang menganggap kesenangan dan kenikmatan materi sebagai tujuan utama. Pada masa kuliah, pengaruh teman sebaya seringkali lebih kuat dibandingkan pengaruh keluarga.

Beberapa cara teman sebaya dapat mempengaruhi hedonisme mahasiswa. Pertama, mahasiswa cenderung mengikuti perilaku hedonistik teman-temannya untuk diterima dalam kelompok (Pamungkas & Rejeki, 2021). Tekanan kelompok sering terjadi melalui mekanisme tidak langsung, seperti normalisasi perilaku dan perbandingan sosial. Mahasiswa cenderung mengadopsi perilaku hedonistik ketika mereka melihat teman-teman mereka melakukannya tanpa konsekuensi negatif yang terlihat. Bila ditilik secara psikologis, kebutuhan akan penerimaan dan rasa memiliki adalah pendorong utama mahasiswa mengikuti perilaku hedonistik kelompok. Konformitas dalam kelompok remaja menyebabkan seseorang bertindak sesuai dengan apa yang dilakukan oleh teman kelompoknya, karena ingin selaras dengan norma-norma yang diharapkan oleh kelompok termasuk dengan gaya hedonistik (Safitri, 2018).

Selain untuk diterima dalam kelompok, pengaruh teman sebaya dalam perilaku hedonistic mahasiswa adalah melalui media sosial. Paparan gaya hidup mewah teman di media sosial meningkatkan keinginan mahasiswa untuk berperilaku hedonistik. Karena memang sebesar 88,8% pengaruh media social terhadap gaya hidup mahasiswa (C & Erdiansyah, 2021). Paparan konstan terhadap gaya hidup mewah teman di media sosial memicu perbandingan sosial yang intens. Mahasiswa cenderung membandingkan kehidupan mereka dengan "highlights reel" teman-teman mereka, yang sering memicu perasaan tidak puas dan keinginan untuk mengejar gaya hidup serupa. Secara tidak sadar perbandingan yang mereka lakukan itu sangat merugikan terhadap diri mahasiswa itu sendiri. Karena rata-rata mereka melihat perbandingan itu ke atas bukan ke bawah sehingga mereka merasa rendah diri (Samra, Warburton, & Collins, 2022), akhirnya mereka mengambil keputusan untuk mengikutinya.

Pengaruh teman sebaya berikutnya mengakibatkan mahasiswa merasa FOMO (Fear of Missing Out) atau dalam bahasa Indonesia kita kenal dengan istilah takut ketinggalan. Mahasiswa sebagai pengguna media sosial yang paling aktif, secara terus-menerus terekspos pada aktivitas teman, kerabat, dan keluarga mereka di dunia digital. Keterpaparan yang intens ini mendorong mereka untuk selalu terhubung dan mengikuti perkembangan kehidupan orang lain secara online. Akibatnya, muncul rasa cemas dan gelisah dalam diri mereka, yang pada akhirnya berkembang menjadi suatu bentuk ketakutan spesifik yaitu ketakutan akan kehilangan momen-momen penting atau pengalaman yang sedang dialami oleh orang-orang di sekitar mereka (Akbar, Aulya, Psari, & Sofia, 2019). Mahasiswa sering merasa tertekan untuk berpartisipasi dalam pengalaman mahal atau membeli barang-barang mewah untuk menghindari perasaan tertinggal. Media sosial seringkali menjadi pemicu FOMO ketika pengguna melihat berbagai kegiatan, momen penting, atau kesuksesan yang dibagikan oleh orang lain di platform tersebut. Hal ini dapat mendorong seseorang untuk terus-menerus membandingkan hidupnya dengan orang lain. Akibatnya, muncul perasaan tertinggal, perasaan dan perasaan iri atau tidak mampu memenuhi ekspektasi yang dibentuk oleh lingkungan sosialnya. Fenomena ini menciptakan tekanan psikologis di mana individu merasa perlu mengimbangi atau melampaui standar yang terlihat di media sosial, meskipun standar tersebut mungkin tidak realistik atau relevan dengan situasi mereka sendiri (Ramdani, Ghifari, & Ash, 2024).

Teman sebaya dapat berpengaruh terhadap gaya hedonistik mahasiswa dengan menjadikan individu ingin melampaui status temannya. Keinginan untuk menyaingi atau melampaui status sosial teman tersebut dapat mendorong perilaku konsumtif. Menyaangi status teman dimulai dengan mereka membandingkan diri dengan temannya (Firdaus, Reza, Salsabila, & Dewani, 2023). Selanjutnya setelah membandingkan akan muncul rendah diri pada mahasiswa tersebut, sehingga mereka akan menggunakan barang-barang berharga atau lebih mahal dibandingkan dengan teman-temannya akhirnya muncul perilaku konsumtif (Imani & Ariani, 2023). Banyak mahasiswa memiliki keinginan kuat untuk membuktikan kemampuan mereka dalam mengikuti tren terkini, meskipun tren-tren tersebut terus mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman. Fenomena ini berperan penting dalam memperkuat dan melanggengkan pola perilaku konsumtif di kalangan segmen mahasiswa tertentu (Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013).

Terakhir teman sebaya sering menjadi perantara tren budaya populer yang mempromosikan nilai-nilai hedonistik pada mahasiswa. Dalam perspektif industri budaya, bahwa budaya populer adalah budaya yang lahir atas kehendak media (Setiawan, 2013). Budaya populer secara kasat mata dapat dikatakan sebagai sebuah arus massa yang kuat untuk mengikuti sebuah tren terkini yang secara konsensus dalam kehidupan bermasyarakat sudah diakui sebagai gaya hidup kekinian, modern dan tidak primitif. Dalam kehidupan sehari-hari, dapat dengan mudah kita

amati contoh konkret budaya populer yang sebagian besar adalah produk dari perusahaan korporasi komersial. Budaya nongkrong dan ngopi yang awalnya dipelopori oleh brand Seven Ileven dan Starbucks, lalu mulai menjamur warung-warung kopi yang menawarkan kenikmatan nongkrong (Istiqomah, 2020). Penelitian terkini mengindikasikan adanya kecenderungan di kalangan mahasiswa untuk mengadopsi pola konsumsi dan mengedepankan kepuasan material, sejalan dengan pengaruh tren budaya populer kontemporer (Soleh, 2023). Fenomena ini berkontribusi pada meningkatnya prevalensi gaya hidup hedonisme di antara kaum muda. Mahasiswa yang lebih sering terpapar konten budaya populer cenderung memiliki pandangan hidup yang lebih materialistik dan hedonis.

## SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa teman sebaya memiliki peran signifikan dalam membentuk perilaku dan nilai-nilai mahasiswa, termasuk kecenderungan hedonisme. Pengaruh ini seringkali lebih kuat dibandingkan pengaruh keluarga selama masa kuliah. Mahasiswa cenderung mengikuti perilaku hedonistik teman-temannya untuk diterima dalam kelompok. Tekanan kelompok sering terjadi melalui normalisasi perilaku dan perbandingan sosial. Media sosial berperan besar dalam memperkuat pengaruh teman sebaya terhadap perilaku hedonistik. Paparan gaya hidup mewah teman di media sosial meningkatkan keinginan mahasiswa untuk berperilaku serupa. Selanjutnya Fenomena FOMO (Fear of Missing Out) mendorong mahasiswa untuk berpartisipasi dalam pengalaman mahal atau membeli barang-barang mewah agar tidak merasa tertinggal dari teman-temannya. Sehingga muncul keinginan untuk menyaingi atau melampaui status sosial teman dapat mendorong perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Selain itu teman sebaya sering menjadi perantara tren budaya populer yang mempromosikan nilai-nilai hedonistik, berkontribusi pada meningkatnya prevalensi gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa. Pengaruh teman sebaya ini dalam membentuk perilaku hedonistik mahasiswa melibatkan aspek psikologis seperti kebutuhan akan penerimaan, rasa memiliki, dan konformitas terhadap norma kelompok.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifuddin. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Pustaka Setia.
- Akbar, R. S., Aulya, A., Psari, A. A., & Sofia, L. (2019). Ketakutan Akan Kehilangan Momen (FoMo) Pada Remaja Kota Samarinda. Psikostudia: Jurnal Psikologi, 7(2), 38. <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v7i2.2404>
- Andika, E. S., Syafruddin, Ashadi, A., & Saputra, E. (2023). Jurnal pengetahuan islam. 3(1), 1–22.
- C, I. S., & Erdiansyah, R. (2021). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa Universitas Tarumanagara. Prologia, 5(1), 8. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8074>
- Can, S., & Kaplan, Y. B. (2018). The Effects Of Utilitarian And Hedonic Motives On Mobile Application Marketing : Comparison of Students And Graduates. International Journal of Engineering, Science and Mathematics, 7(9).
- Firdaus, A. P. R. C., Reza, R. D. P., Salsabila, M. N., & Dewani, Y. R. (2023). Mengenal Social Comparison Pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial. Jurnal Psimawa, 6(1), 51–58. Retrieved from <http://jurnal.uts.ac.id/index.php/PSIMAWA>
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. Jurnal Psikologi Undip, 12(1), 55–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- 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>
- Istiqomah, A. (2020). Ancaman Budaya Pop (Pop Culture) Terhadap Identitas, Penguatan Masyarakat, Nasional, 2(1), 47–54. <https://doi.org/10.21580/jpw.2020.2.1.3633>
- Kosasih, S. F., Choir, M. F., Nafilah, H., Rozi, M. F., Pasya, & Sahputra, D. (2023). Implementasi Lingkungan Sosial Terhadap Pembentukan Perilaku Empati Remaja. Jurnal Bimbingan Konseling, 9(1), 74–85.
- Laursen, B., & Veenstra, R. (2021). Toward understanding the functions of peer influence: A summary and synthesis of recent empirical research. Journal of Research on Adolescence,

- 31(4), 889–907. <https://doi.org/10.1111/jora.12606>
- Maulida, D., & Safrida, S. (2020). Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Pencegahan Seks Pranikah. *Jurnal Komunikasi Global*, 9(1), 97–114. <https://doi.org/10.24815/jkg.v9i1.16055>
- Pamungkas, H., & Rejeki, A. (2021). Framework : the Effect Between Peer Conformity and Self-Control on a Hedonic Lifestyle. *Journal Universitas Muhammadiyah Gresik Engineering, Social Science, and Health International Conference (UMGESHIC)*, 1(2), 95–99. <https://doi.org/10.30587/umgeshic.v1i2.3373>
- Ramdani, R., Ghifari, M., & Ash, A. (2024). Fenomena Fear of Missing Out ( FOMO ) di Media Sosial Perspektif Hadis Rio Ramdani , Muhammad Ghifari , Abil Ash Institut Daarul Qur ' an Jakarta Pendahuluan Dalam era digital yang semakin maju , media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan da. *El-Afkar*, 13(1), 1–25.
- Safitri, A. D. (2018). Pengaruh Religiusitas dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Gaya Hidup Hedonisme. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(3), 327–333. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v6i3.4644>
- Samra, A., Warburton, W. A., & Collins, A. M. (2022). Social comparisons: A potential mechanism linking problematic social media use with depression. *Journal of Behavioral Addictions*, 11(2), 607–614. <https://doi.org/10.1556/2006.2022.00023>
- Schüll, N. D. (2012). Addiction by Design: Machine Gambling in Las Vegas.
- Setiawan, R. (2013). KEKUATAN NEW MEDIA YOUTUBE DALAM MEMBENTUK BUDAYA POPULER DI INDONESIA ( Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik Di Youtube ). *EJournal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 355–374. Retrieved from [https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBoQFjAA&url=http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/06/Junal Rudi Ganjil \(06-01-13-04-50-33\).docx&ei=ZyDWU\\_PIGo](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0CBoQFjAA&url=http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2013/06/Junal Rudi Ganjil (06-01-13-04-50-33).docx&ei=ZyDWU_PIGo)
- Soleh, M. S. (2023). Youth, Religion, and Pop Culture: Modernitas Dalam Gaya Hidup Hedonisme Remaja Dan Budaya Populer Versus Eksistensi Agama Jaman Now. *SEMAR: Jurnal Sosial Dan Pengabdian Masyarakat*, 1(02), 35–44. <https://doi.org/10.59966/semar.v1i02.303>
- Steinberg, L., & Monahan, K. C. (2007). Age Differences in Resistance to Peer Influence. *Developmental Psychology*, 43(6), 1531–1543. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.43.6.1531>
- Strasburger, V. C., & Hogan, M. J. (2013). Children, adolescents, and the media. *Pediatrics*, 132(5), 958–961. <https://doi.org/10.1542/peds.2013-2656>
- Wibisono, D. (2020). Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Eksistensi Diri Remaja (Studi Pada Mahasiswa di Lingkungan FISIP UNILA). *SOSIOLOGI: Jurnal Ilmiah Kajian Ilmu Sosial Dan Budaya*, 22(2), 145–164. <https://doi.org/10.23960/sosiologi.v22i2.65>