

**PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERHADAP
GAYA HIDUP HEDONISME REMAJA PENGGUNA *INSTAGRAM*
DI JAKARTA**



*Building
Future
Leaders*

**Maryatul Qibtiyah
1125134542**

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana
Psikologi**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
JULI 2017**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI

Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Remaja
Pengguna *Instagram* di Jakarta

Nama Mahasiswa : Maryatul Qibtiyah
No. Registrasi : 1125134542
Jurusan/Program Studi : Psikologi/Psikologi

Tanggal Ujian : Rabu, 19 Juli 2017

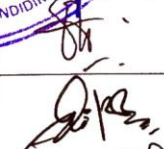
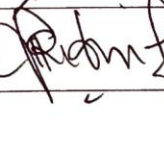
Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Lussy Dwiutami Wahyuni, M.Pd
NIP. 197909252002122001


Dr. Gumgum Gumelar, M.Si
NIP. 197704242006041001

Panitia Ujian/Sidang Skripsi/Karya Inovatif

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Gantina Komalasari, M.Psi (Penanggung Jawab)*		2/8/2017
Dr. Gumgum Gumelar, M.Si (Wakil Penanggung Jawab)**		2/8/2017
Mira Ariyani, Ph.D (Ketua Penguji)***		2/8/2017
Dwi Kencana Wulan, M.Psi (Penguji 1)****		1/8/2017
Fitri Lestari Issom, M.Si (Penguji 2)****		2/8/2017

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Maryatul Qibtiyah
Nomor Registrasi : 1125134542
Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul **“Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Remaja Pengguna *Instagram* di Jakarta”** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Juni sampai dengan bulan Juli 2017.
2. Bukan merupakan duplikasi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 28 Juli 2017

Yang Membuat Pernyataan



(Maryatul Qibtiyah)

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

My fear requires me to struggle

The struggle made me an Independent person

The independent turn the fears into challenge that must be conquered

-Maryatul Qibtiyah-

Skripsi ini saya persembahkan untuk ayah Hanafi dan ummi Latifah yang selalu berdoa dan berharap kelak anak keduanya ini dapat menjadi orang besar yang tidak mudah diremehkan orang lain. Bukan soal seberapa banyak hambatan yang dimiliki, melainkan seberapa keras usaha untuk menjadi diri yang lebih baik. Terima kasih tak terhingga untuk kalian yang telah menghabiskan sisa hidup hanya untuk menjadikan saya seorang yang berguna di dunia dan semoga kelak saya akan berguna untuk kalian di akhirat.

If your parent are not knowledgable, it's not your mistakes

If yourself are stupid, it's your mistakes

-Maryatul Qibtiyah-

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Program Studi Psikologi, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maryatul Qibtiyah
NIM : 1125134542
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Pendidikan Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free-Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Konformita Teman Sebaya Terhadap Kecenderungan Gaya Hidup Hedonisme Remaja Pengguna *Instagram* di Jakarta”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 28 Juli 2017
Yang menandatangani


(Maryatul Qibtiyah)

MARYATUL QIBTIYAH

**PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERHADAP GAYA HIDUP
HEDONISME REMAJA PENGGUNA *INSTAGRAM* DI JAKARTA**

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi
Universitas Negeri Jakarta
2017

ABSTRAK

Instagram adalah salah satu media sosial yang membahas mengenai aktivitas yang sedang *tren* melalui fitur populer di dalamnya. Aktivitas tersebut sedikit banyak berkaitan dengan karakteristik gaya hidup hedonisme para remaja. Remaja yang pada hakikatnya sedang mencari jati diri, erat pula kaitannya dengan konformitas teman sebaya.

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme remaja pengguna *Instagram*. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Variabel gaya hidup hedonisme diukur menggunakan alat ukur gaya hidup hedonisme yang diadaptasi dari Siti Maisyaroh pada tahun 2014 yang telah diujicoba dengan hasil reliabilitas sebesar 0,92. Selanjutnya, variabel konformitas teman sebaya diukur menggunakan alat ukur konformitas teman sebaya yang diadaptasi dari Siti Alawiyah (2014) yang juga telah diujicoba dengan hasil reliabilitas sebesar 0,94.

Prosedur teknik sampling pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik sampling purposif. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 90 orang yang merupakan remaja berusia 15-21 tahun, menggunakan *Instagram*, dan beraktivitas atau tinggal di Jakarta. Data kontrol pada penelitian ini adalah aktivitas penggunaan *Instagram* yang terdiri dari tiga macam, yaitu *IG Interaction*, *IG Browsing*, dan *IG Broadcasting*. Data diolah dan dianalisis menggunakan *WINSTEPS 3.73 Version* dan *IBM SPSS Statistic 23*. Berdasarkan hasil analisis data, konformitas teman sebaya memiliki pengaruh sebesar 13,7% sedangkan 86,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor yang lain.

Kata kunci: konformitas teman sebaya, gaya hidup hedonisme, aktivitas penggunaan *Instagram*

MARYATUL QIBTIYAH

**THE INFLUENCE OF PEER CONFORMITY TOWARDS LIFESTYLE HEDONISM
AMONG ADOLESCENTS INSTAGRAM USERS IN JAKARTA**

Thesis

Jakarta: Psychology Course, Faculty of Psychology Education
State University of Jakarta
2017

ABSTRACT

Instagram is one of the social media that discuss about the tren or popular activity. Those activities are related to the characteristics of the hedonism lifestyle of adolescents. Teenagers who are essentially looking for identity, closely also with peer conformity.

This study aims to determine the the influence of peer conformity towards lifestyle hedonism among adolescent's Instagram users. Quantitaive method with correlation was used for this research. The hedonism lifestyle variable was measured using a hedonism lifestyle scale adapted from Siti Maisyaroh in 2014 that has been tested with item reliability score of 0.92. Furthermore, peer conformity variables were measured using a peer conformity scale adapted from Siti Alawiyah (2014) which has also been tested with item reliability score of 0.94.

Nonprobability sampling with purposive sampling technique were used. Participants in this study was 90 adolescent between 15-21 years, using Instagram, and live in Jakarta. Data control was used in this research, it consists: IG Interaction, IG Browsing, and IG Broadcasting. The data was processed and analyzed using WINSTEPS 3.73 Version and IBM SPSS Statistic 23. Based on data analysis peer conformity has an effect of 13.7% to hedonism lifestyle while 86.3% is owned by other factors.

Keywords: peer conformity, hedonism lifestyle, activity of Instagram use

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan Rahmat-Nya, sehingga penelitian ini dapat selesai dalam bentuk skripsi dengan judul “Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Remaja Pengguna *Instagram* di Jakarta”.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat kelulusan untuk meraih Gelar Sarjana Psikologi di Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyelesaiannya, banyak pihak terkait yang membantu hingga skripsi ini selesai dalam jangka waktu kurang lebih dua bulan. Terima kasih diucapkan kepada:

1. Ibu Dr. Gantina Komalasari, M.Psi, selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Gumgum Gumelar, M.Si, selaku Wakil Dekan dan dosen pembimbing II yang telah memberikan kelancaran akademik dan mendukung skripsi ini secara penuh.
3. Ibu Mira Ariyani, Ph.D, selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Dr. Lussy Dwiutami Wahyuni, M.Pd, selaku dosen pembimbing I yang selalu memberikan dukungan dan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan hingga skripsi ini selesai dengan tepat waktu. Beliau tidak pernah lelah untuk memberikan yang terbaik kepada anak bimbingannya meskipun harus tertatih-tatih melawan penyakitnya.
5. Ibu Ratna D. Suryaratri, M.Si, selaku pembimbing akademik.
6. Staff Administrasi dan Tata Usaha Fakultas Pendidikan Psikologi yang telah membantu dalam proses administrasi, baik selama proses perkuliahan maupun pemberkasan skripsi.
7. Remaja pengguna *Instagram* di Jakarta yang berkenan untuk berpartisipasi pada penelitian ini.
8. Bapak Herdiyan Maulana, M.Si dan Ibu Iriani Indri Hapsari M.Psi, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk melakukan *Expert Judgement* skala pada penelitian ini.
9. Ayah Hanafi dan Ummi Latifah yang senantiasa memberikan dukungan moril dan materil yang tak terhingga.
10. Lutpiyannisa, Nurul Jannah, dan Kamiilah Fathiyyah saudara yang sudah memberikan dukungan meskipun tidak nampak secara nyata namun sangat terasa di hati.
11. Niran Dewapriya yang senantiasa menghibur, memberikan dukungan, dan tempat berbagi cerita.
12. Ade Rahman yang telah menjadi inspirasi untuk melangkah dan meraih masa depan yang lebih baik.

13. Nina Nur, Wulandari, Sheila Nabila, dan Vidyatama, sahabat sejak SMP yang telah memberikan waktunya untuk membantu mengumpulkan data responden. *I love you OzCout Squad!*
14. M. Adib Abadi, M. Rayendra Budinara, Hasan El Jabir, dan Hilmi Abdul Aziz para lelaki yang selalu menjatuhkan, merepotkan, dan keras kepala tetapi selalu menghibur dan memberikan dukungan. Terima kasih atas canda-tawanya.
15. Dika Aisyah, Tri Purnamasari, Maria Oktaviana, Windi Asti, Rahma Maulidani, dan Michelle Neivi, orang-orang spesial yang telah dikirim Allah SWT untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
16. Rekan-rekan Kejutan Bidikmisi yang memberikan kesan kepada saya bahwa penerima Beasiswa Bidikmisi bukanlah orang yang hanya bisa menerima uang tetapi bisa menjalankan amanah dengan meraih prestasi yang membanggakan.
17. Psikologi C 2013, terima kasih suka dan dukanya selama proses perkuliahan yang akan menjadi sesuatu untuk dikenang.
18. Terakhir, teman satu pembimbing, yaitu Tantri, Rani, Syifa, Yuni, Jito, dan Wisnu yang selalu ada ketika dibutuhkan dan maaf jika selalu direpotkan.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya ada beberapa keterbatasan yang menjadi catatan dan bisa menjadi bahan referensi di penelitian mendatang.

Jakarta, Juli 2017

Maryatul Qibtiyah

DAFTAR ISI

PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERHADAP GAYA HIDUP HEDONISME REMAJA PENGGUNA <i>INSTAGRAM</i> DI JAKARTA	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Rumusan Masalah	7
1.5 Tujuan Penelitian.....	7
1.6 Manfaat Penelitian.....	8
1.6.1 Manfaat teoritis	8
1.6.2 Manfaat praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Gaya Hidup Hedonisme	9
2.1.1 Definisi gaya hidup hedonisme.....	9
2.1.2 Karakteristik gaya hidup hedonisme.....	10
2.1.3 Aspek-aspek gaya hidup hedonisme	11
2.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonisme.....	12
2.1.5 Batasan gaya hidup hedonisme	15
2.2 Konformitas Teman Sebaya	15
2.2.1 Definisi konformitas teman sebaya.....	15
2.2.2 Peran teman sebaya	17
2.2.3 Aspek-aspek konformitas.....	18

2.2.4	Faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas	19
2.2.5	Remaja.....	20
2.2.6	<i>Instagram</i>	22
2.3	Hubungan antara Konformitas Teman Sebaya dengan Gaya Hidup Hedonisme	23
2.4	Kerangka Konseptual	25
2.5	Hipotesis	25
2.6	Hasil Penelitian yang Relevan.....	25
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1	Tipe Penelitian.....	27
3.2	Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	27
3.2.1	Definisi konseptual.....	27
3.2.2	Definisi operasional	28
3.3	Populasi dan Sampel	29
3.3.1	Populasi	29
3.3.2	Sampel.....	29
3.4	Teknik Pengumpulan Data	29
3.4.1	Skala gaya hidup hedonisme	30
3.4.2	Skala konformitas teman sebaya	31
3.5	Uji Coba Instrumen	33
3.5.1	Uji coba instrumen gaya hidup hedonisme	34
3.5.2	Uji coba instrumen konformitas teman sebaya	35
3.6	Analisis Data	36
3.6.1	Uji normalitas.....	36
3.6.2	Uji linieritas.....	36
3.6.3	Uji analisis regresi	37
3.6.4	Hipotesis statistik	37
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1	Gambaran Responden.....	38
4.1.1	Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin.....	38
4.1.2	Gambaran responden berdasarkan usia	39
4.1.3	Gambaran responden berdasarkan intensitas pemakaian <i>Instagram</i>	40

4.1.4	Gambaran responden berdasarkan masa pakai <i>Instagram</i>	41
4.1.5	Gambaran responden berdasarkan pekerjaan.....	42
4.2	Prosedur Penelitian	44
4.2.1	Persiapan penelitian	44
4.2.2	Pelaksanaan penelitian	45
4.3	Hasil Analisis Data Penelitian	46
4.3.1	Data deskriptif gaya hidup hedonisme.....	46
4.3.2	Data deskriptif konformitas teman sebaya.....	46
4.3.3	Uji reliabilitas.....	47
4.3.4	Uji normalitas.....	47
4.3.5	Uji linieritas.....	48
4.3.6	Uji hipotesis	48
4.4	Pembahasan	51
4.5	Keterbatasan Penelitian	53
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN		54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Implikasi.....	54
5.3	Saran	55
5.3.1	Bagi penelitian selanjutnya	55
5.3.2	Bagi orang tua, remaja, dan pengamat <i>Instagram</i>	56
DAFTAR PUSTAKA		57
LAMPIRAN.....		63

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Hasil penelitian yang relevan.....	25
Tabel 3.1	Kategori skor skala gaya hidup hedonisme.....	30
Tabel 3.3	Kisi-kisi skala gaya hidup hedonisme.....	31
Tabel 3.4	Kategori skor konformitas teman sebaya.....	32
Tabel 3.5	Kisi-kisi skala konformitas teman sebaya.....	33
Tabel 3.6	Kriteria reliabilitas item	34
Tabel 3.7	Item gugur gaya hidup hedonisme	35
Tabel 3.8	Item gugur konformitas teman sebaya	36
Tabel 4.1	Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin.....	38
Tabel 4.2	Gambaran responden berdasarkan usia.....	39
Tabel 4.3	Gambaran responden berdasarkan intensitas pemakaian instagram	40
Tabel 4.4	Gambaran responden berdasarkan masa pakai instagram.....	41
Tabel 4.5	Gambaran responden berdasarkan pekerjaan.....	42
Tabel 4.6	Gambaran responden berdasarkan akt4itas pemakaian instagram.....	43
Tabel 4.7	Data deskriptif gaya hidup hedonisme.....	46
Tabel 4.8	Data deskriptif konformitas teman sebaya.....	47
Tabel 4.9	Uji normalitas.....	47
Tabel 4.10	Uji linieritas.....	48
Tabel 4.11	Korelasi	48
Tabel 4.12	Model Summary.....	49
Tabel 4.13	Uji signifikansi keseluruhan.....	49
Tabel 4.14	Uji persamaan regresi.....	50

DAFTAR GAMBAR

Bagan 1.1 Tren skip challenge	2
Bagan 1.2 Tren mendaki gunung	3
Bagan 1.3 Tren gaya berpakaian	3
Bagan 1.4 Tren melancong	3
Bagan 2.1 Kerangka konseptual.....	25
Bagan 4.1 Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin.....	39
Bagan 4.2 Gambaran responden berdasarkan usia.....	40
Bagan 4.3 Gambaran responden berdasarkan intensitas pemakaian Instagram.....	41
Bagan 4.4 Gambaran responden berdasarkan masa pakai Instagram	42
Bagan 4.5 Gambaran responden berdasarkan pekerjaan.....	43
Bagan 4.6 Gambaran responden berdasarkan aktivitas penggunaan Instagram	44

DAFTAR LAMPIRAN

STUDI PENDAHULUAN	63
UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	66
1. Instrumen skala untuk uji coba	66
2. Analisis data statistik SPSS/Rasch.....	70
PENELITIAN.....	73
1. Instrumen skala final	73
2. Analisis data statistik SPSS/Rasch.....	76

BAB I

PENDAHULUAN

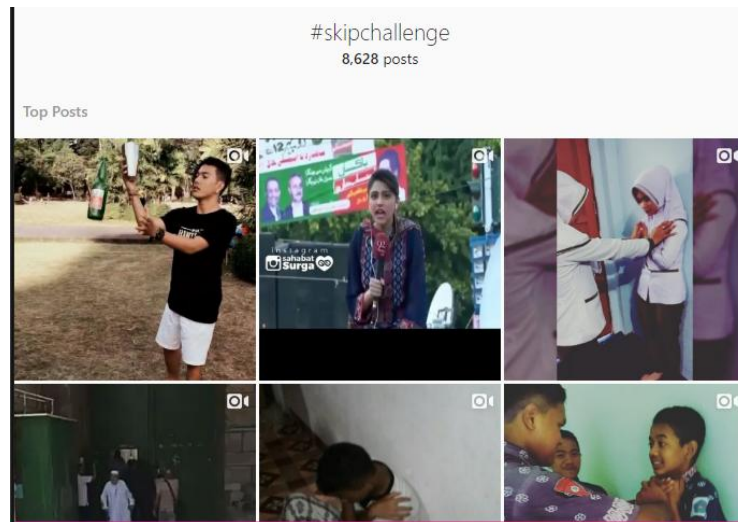
1.1 Latar Belakang Masalah

Dahulu, manusia berkomunikasi dengan cara tradisional yaitu dengan tatap muka secara langsung. Mereka hanya dapat bertukar informasi dengan cara bertemu dan berbicara langsung dari orang ke orang yang lain. Memasuki era teknologi yang semakin berkembang pesat, cara tersebut digantikan dengan cara yang lebih modern yaitu melalui internet. Dengan internet, manusia dapat saling terhubung meski tidak bertatap muka secara langsung. Mereka dapat mengkomunikasikan berbagai hal dengan lebih mudah dan cepat dengan bantuan internet. Internet adalah salah satu produk teknologi informasi yang mengalami perkembangan pesat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2016, internet telah digunakan oleh 132,7 juta orang, dimana 88,1 juta orang menggunakan internet pada tahun 2014 (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2016). Artinya, jumlah pengguna internet meningkat dengan sangat signifikan, yakni lebih dari 50%.

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk berkomunikasi melalui internet adalah dengan media sosial. Media sosial didefinisikan sebagai kelompok jenis baru dari media daring, yang berbagi sebagian besar atau semua karakteristik sebagai berikut: partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, dan keterhubungan (Mayfield, 2008). Jika komunikasi dengan cara tradisional hanya sebatas meneruskan informasi dari pengirim dan penerima, maka menurut Mayfield (2008) komunikasi dengan media sosial lebih terlihat sebagai percakapan dua arah dengan memberikan kontribusi berupa *feedback* dan keterhubungan. *Instagram* menjadi media sosial yang paling fenomenal dan populer saat ini dengan jumlah pengguna sebanyak 22 juta orang di Indonesia (Fajrina, 2016). Dengan menyediakan berbagai macam fitur seperti pengikut, unggah foto, kamera, efek foto, judul foto, arroba, label foto,

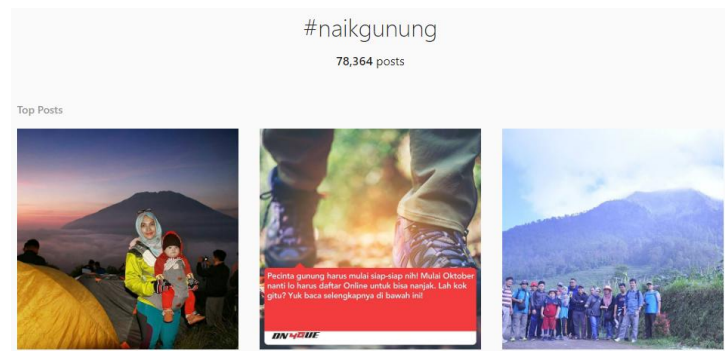
perlombaan, publikasi kegiatan sosial, *geotagging*, jejaring sosial, tanda suka, dan populer (Mediamasha.com, 2015), memberikan dukungan kepada para penggunanya untuk berbagi mengenai kegiatannya saat ini bahkan secara *live* melalui fitur *insta stories* (TekoNeko, 2016).

Setyanti (2017) menjelaskan mengenai penelitian yang dilakukan oleh *The Royal Society for Public Health (RSPH)* dan *charity Young Health Movement* di Inggris. Hasil dari penelitian tersebut adalah *Instagram* meningkatkan rasa takut seseorang akan ketinggalan (*fear of missing out*). Lebih lanjut, pengguna *Instagram* senang mengikuti hal-hal yang sedang populer di *Instagram* seperti melakukan *challenge* (tantangan) dan mengunggah foto dengan tema-tema yang sedang populer seperti "naik gunung". Contoh hal-hal yang sedang populer di *Instagram* bisa dilihat sebagai berikut:



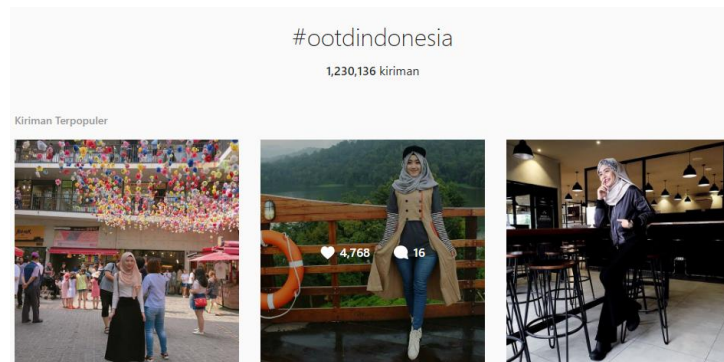
Bagan 1.1 Tren skip challenge

Sumber: <https://www.instagram.com/explore/tags/skipchallenge/>



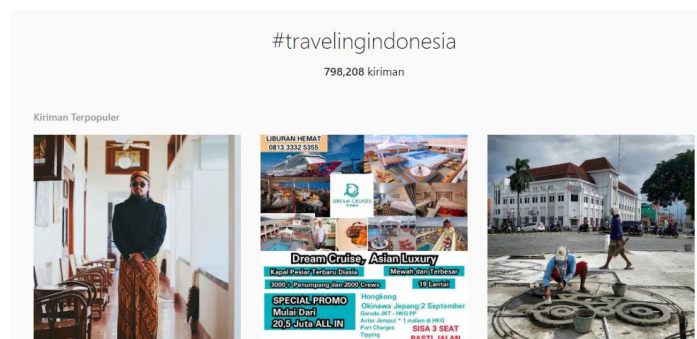
Bagan 1.2 Tren mendaki gunung

Sumber: <https://www.instagram.com/explore/tags/naikgunung/>



Bagan 1.3 Tren gaya berpakaian

Sumber: <https://www.instagram.com/explore/tags/ootdindonesia/>



Bagan 1.4 Tren melancong

Sumber: <https://www.instagram.com/explore/tags/travelingindonesia/>

Studi pendahuluan juga dilakukan kepada 30 orang remaja, 83% diantaranya berkenan untuk berfoto di tempat yang sedang populer dan mengunggahnya di *Instagram*. Lebih lanjut, remaja-remaja tersebut mengungkapkan alasan-alasan mengapa mereka mengunggah foto di *Instagram*. Salah satu remaja menyatakan bahwa alasan ia mengunggah foto di *Instagram* adalah:

“biasanya kalau photo kan di tempat yang bagus atau unik, nah pengen biar orang-orang ikut ke situ juga atau share kalo kita lagi in good vibe biar vibes nya terasa sama orang lain juga”.

Remaja lain juga mengungkapkan hal yang serupa:

“Sekedar sharing aja sih dan get to know with other people out there :)”

“Memperlihatkan kegiatan terkini kepada teman”

“Sebagai dokumentasi dan untuk menginformasikan kepada orang banyak”

Dengan demikian, pengguna *Instagram* senang mengikuti hal-hal yang sedang *tren*. Hal-hal yang menjadi *tren* di *Instagram* bisa membawa dampak negatif bagi para pelakunya. Remaja di Rusia melakukan aksi yang berisiko dengan cara mengunjungi tempat berbahaya seperti berdiri di ujung gedung tinggi demi mendapatkan foto yang unik yang bisa ia unggah ke *Instagram* (Ash, 2017). *Tren skip challenge* yang populer di *Instagram* ternyata juga sangat membahayakan nyawa seseorang. Dr. Michael McKenna (dalam Rully, 2017) menyatakan bahwa *skip challenge* dapat mengubah denyut jantung secara drastis yang dapat menyebabkan kerusakan otak dalam jangka panjang atau bahkan kematian. Selain perilaku berisiko yang dilakukan demi mengikuti hal-hal *tren*, jalan-jalan juga merupakan hal yang sering dilakukan oleh pengguna *Instagram* seperti yang tertera pada bagan 2 dan 4. Seorang perempuan bernama Marieta Safitri melakukan penipuan hingga ratusan juta rupiah yang digunakan untuk jalan-jalan ke luar negeri dan membeli barang-barang mewah untuk dipamerkan di media sosial *Instagram* (Khoiruddin, 2017). Kasus serupa juga dilakukan oleh perempuan bernama Fransiska Paisal alias Sispai yang berutang dengan cara berbohong untuk digunakan pergi berlibur jalan-jalan yang dibagikan di akun *Instagram* miliknya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring (2016), kekinian adalah keadaan kini atau sekarang. Penelitian yang dilakukan oleh Naeli, Lestari, dan Supriyono (2014) menunjukkan bahwa orang-orang yang berusaha untuk selalu mengikuti *tren*, membeli barang-barang bermerek, dan pergi berlibur sangat identik dengan gaya hidup hedonisme. Menurut Kotler & Amstrong (1997) (dalam Rianton, 2013), gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk dalam proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Gaya hidup hedonisme memiliki sifat dan karakteristik perilaku atau budaya yang menginginkan keseluruhan kehidupan penuh dengan kesenangan-kesenangan yang dapat dirasakan dan memuaskan keinginan, sehingga tujuan akhir dari kehidupan ini adalah kesenangan (Pontania, 2016).

Kotler (1997) (dalam Nadzir & Ingarianti, 2015) menyatakan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang, yaitu faktor internal yang berasal dari dalam diri dan faktor eksternal yang berasal dari luar diri. Faktor internal antara lain: sikap, pengalaman, pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Sedangkan faktor eksternal antara lain: kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan. Kelompok referensi berkaitan dengan tugas utama pada masa remaja dimana remaja mengalami krisis identitas melawan kebingungan identitas dan menjadikan teman sebaya sebagai hal yang paling penting karena kelompok teman sebaya merupakan sumber afeksi, simpati, pemahaman, dan penuntun moral; tempat bagi sebuah eksperimen; dan pengaturan untuk mencapai otonomi serta kemandirian dari orang tua (Papalia & Feldman, 2014). Artinya, kelompok referensi pada masa remaja cenderung mengarah kepada kelompok teman sebaya. Kecenderungan remaja untuk mengikuti hal-hal yang dilakukan oleh kelompok teman sebaya adalah besar. Hal ini didukung oleh pernyataan Brown dan Collin (dalam Papalia & Feldman, 2014) mengenai kecondongan orang muda kepada apa yang dibawa oleh yang lain seperti diri mereka sendiri yang serupa dalam keberhasilan di sekolah, penyesuaian diri, dan kecenderungan perilaku prososial atau antisosial.

Perubahan dalam perilaku seseorang untuk menyelaraskan lebih dekat dengan standar kelompok disebut dengan konformitas (King, 2012). Seperti yang telah dijelaskan pada poin di atas, pengaruh kelompok sebaya merupakan faktor kuat pada masa remaja. Dengan demikian, konformitas pada teman sebaya sangat mungkin terjadi. Hal tersebut dikarenakan remaja memiliki kecenderungan untuk mengikuti hal atau sesuatu yang dilakukan oleh kelompok teman sebayanya guna menyelaraskan diri dengan kelompok tersebut. Artinya, jika di dalam kelompok teman sebaya yang menjadi acuan memiliki gaya hidup hedonisme, maka para anggota kelompok tersebut cenderung meniru gaya hidup yang sama agar sesuai dengan norma-norma yang ada dalam kelompok tersebut. Dengan demikian, seorang remaja yang memiliki gaya hidup hedonisme cenderung memiliki teman yang juga memiliki gaya hidup hedonisme.

Disya (2017) menjelaskan bahwa orang-orang, khususnya pengguna *Instagram* cenderung mengikuti *tren* kekinian karena ingin diterima orang lain dan menganggap sesuatu yang ramai dilakukan oleh orang lain adalah sesuatu yang benar atau bahkan tidak baik. Studi pendahuluan dilakukan kepada 30 remaja dan 74,1% diantaranya akan mengunjungi tempat yang sedang *tren* di *Instagram* yang direkomendasikan oleh teman-temannya. Artinya, konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonisme memang ada pada diri remaja pengguna *Instagram*.

Penelitian terdahulu mengenai konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonisme menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonisme yang dilakukan oleh Almira Rizki Pontania (2012) dan Dhea Laksmi Rahmalisa (2015). Penelitian terkait dilakukan oleh Dimas Wahyu Saputro yaitu relasi pertemanan dan gaya hidup hedonisme yang juga memiliki hubungan positif yang signifikan. Sementara itu, penelitian terkait yang dilakukan oleh Monica Utari yaitu media sosial *Instagram* akun @princessyahrini memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap gaya hidup hedonisme. Dengan demikian, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme pada remaja pengguna *Instagram* di Jakarta. Hipotesa penulis untuk penelitian ini adalah terdapat pengaruh konformitas

teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme pada remaja pengguna *Instagram* di Jakarta.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka masalah yang dapat teridentifikasi adalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana gambaran gaya hidup hedonisme pada remaja pengguna *Instagram*?
- 1.2.2 Bagaimana gambaran konformitas teman sebaya pada remaja pengguna *Instagram*?
- 1.2.3 Apakah terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme pada remaja pengguna *Instagram*?

1.3 Pembatasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada poin 1.2.3 tentang pengaruh konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme pada remaja pengguna *Instagram*.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi, dan pembatasan masalah yang telah dijelaskan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “apakah terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme remaja pengguna *Instagram* di Jakarta?”

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mendapatkan data empiris dan mengetahui pengaruh konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme remaja pengguna *Instagram* di Jakarta.

1.6 Manfaat Penelitian

Secara umum, penelitian ini terdiri dari dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis yang selanjutnya akan dijelaskan sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat teoritis

Dari segi teoretis, manfaat penelitian ini adalah untuk:

1.6.1.1 Penelitian ini dapat bermanfaat untuk menambah daftar kajian penelitian ilmu pengetahuan di bidang psikologi sosial yang berkaitan dengan psikologi perkembangan remaja, yaitu mengenai gambaran konformitas teman sebaya dan juga gaya hidup hedonisme pada remaja.

1.6.1.2 *Cyberpsychology* menjadi bidang kajian psikologi yang menarik untuk diteliti. Penelitian ini juga bermanfaat karena membahas penggunaan media sosial *Instagram* pada remaja. Lebih spesifik, penelitian ini memaparkan data mengenai aktivitas penggunaan *Instagram* sebagai data penunjang di dalam penelitian ini.

1.6.2 Manfaat praktis

Dari segi praktis, manfaat penelitian ini adalah:

1.6.2.1 orang tua dapat memahami bagaimana konformitas teman sebaya dapat mempengaruhi gaya hidup hedonisme pada anak-anak mereka khususnya remaja. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi orang tua sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meluangkan waktu bersama dengan anak-anaknya agar dapat memantau aktivitas mereka dalam pergaulan dengan teman sebaya.

1.6.2.2 Remaja dapat mengetahui bahwa apa yang dilakukan dirinya ataupun teman-temannya cenderung untuk diikuti oleh yang lain. Dengan demikian, manfaat penelitian ini adalah sebagai bahan pertimbangan remaja untuk lebih banyak melakukan kegiatan-kegiatan yang lebih positif yang dapat ditiru dan diikuti oleh remaja yang lain.

1.6.2.3 Sebagai bahan referensi untuk evaluasi mengenai dampak-dampak yang akan terjadi terkait penggunaan komunikasi *online Instagram*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Gaya Hidup Hedonisme

Sekaran (2006) menjelaskan variabel terikat sebagai tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi variabel lain (Sangadji & Sopiah, 2010). Dalam penelitian ini, variabel terikat yang digunakan adalah gaya hidup hedonisme.

2.1.1 Definisi gaya hidup hedonisme

Solomon (2009) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonisme adalah perilaku seseorang untuk menghabiskan waktunya hanya demi bersenang-senang bersama teman sepermainan dan ingin menjadi pusat perhatian di lingkungannya (Utari, 2017).

Hampir sama dengan Solomon, Amstrong (2003) menjelaskan gaya hidup hedonisme sebagai suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian (Trimartati, 2014).

Menurut Levan's & Linda (2003) gaya hidup hedonisme adalah pola perilaku yang dapat diketahui dari aktivitas, minat, maupun pendapat yang selalu menekankan pada kesenangan hidup (Rianton, 2013).

Berdasarkan pemaparan konsep di atas, hal yang sama mengenai gaya hidup hedonisme adalah perilaku seseorang yang dilakukan hanya untuk mencari kesenangan hidup atau bersenang-senang. Hal yang sedikit berbeda dari ketiga konsep di atas adalah hal-hal yang menunjukkan gaya hidup hedonisme pada seseorang. Konsep milik Levan's & Linda menyebutkan tiga hal yaitu aktivitas, minat, dan pendapat. Sementara itu, dua konsep lainnya hanya mengarah kepada aktivitasnya saja. Lebih lanjut, konsep milik Amstrong menjelaskan aktivitas perilaku seseorang dengan gaya hidup hedonisme secara lebih spesifik dibandingkan kedua

konsep lainnya. Sementara itu, Solomon lebih berfokus pada aktivitas bersenang-senang dengan “teman sepermainan”.

Melalui hasil analisis ketiga konsep tersebut, maka diputuskan konsep yang digunakan pada penelitian ini adalah gabungan dari ketiga konsep yang dinyatakan sebagai berikut:

“gaya hidup hedonisme adalah pola perilaku seseorang yang dapat diketahui dari aktivitas, minat, maupun pendapatnya yang selalu menekankan pada kesenangan hidup berupa: lebih banyak menghabiskan waktu hanya demi bersenang-senang bersama teman sepermainannya, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.”

Konsep ini dipilih karena unsur konsep ketiganya bersifat saling melengkapi dimana konsep milik Levan’s & Linda memaparkan tiga pola perilaku gaya hidup hedonisme diikuti dengan perilaku-perilaku yang dimunculkan yang tertera di dalam konsep milik Solomon dan Amstrong. Lebih lanjut, konsep ini juga sesuai dengan tujuan dari penelitian ini, yaitu mencari pengaruh konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme remaja pengguna *Instagram* dimana teman sebaya bisa juga diartikan sebagai teman sepermainan yang aktivitasnya diungkapkan di dalam konsep milik Solomon.

2.1.2 Karakteristik gaya hidup hedonisme

Menurut Susanto (2001), gaya hidup hedonisme memiliki beberapa atribut, yaitu: (1) lebih senang mengisi waktu luang di mal, kafe, dan restoran makanan siap saji (*fast food*), dan (2) memiliki sejumlah barang-barang dengan merek prestisius (Saputro, 2014).

Swastha (1998) menyebutkan karakteristik gaya hidup hedonisme, yaitu mudah dipengaruhi, kurang rasional, cenderung impulsif, cenderung *follower* (mengikuti), suka mencari perhatian, dan suka mengisi waktu luang di tempat yang santai (Pontania, 2016).

Karakteristik gaya hidup hedonisme juga diungkapkan oleh Lestari, Silviandari, dan Widyasari (2012) seperti senang mencari perhatian, cenderung impulsif, kurang berpikir rasional, cenderung *follower* (mengikuti) dan mudah

dipengaruhi, lebih banyak menghabiskan waktu untuk bersenang-senang, memiliki pandangan gaya instan, gemar mengoleksi barang mewah dan berteknologi tinggi, dan cenderung menginginkan barang secara spontan.

Rahardjo dan Silalahi (2007) berpendapat bahwa karakteristik gaya hidup hedonisme ditunjukkan oleh perilaku-perilaku seperti:

- a. Pada umumnya hidup dan tinggal di kota besar. Tinggal di kota besar akan memudahkan seseorang untuk mendapatkan akses informasi terkini.
- b. Biasanya berasal dari kalangan berada. Hal tersebut dikarenakan banyaknya materi yang dibutuhkan untuk menunjang gaya hidup.
- c. Mengikuti perkembangan *fashion*. Biasanya untuk mengetahui perkembangan mode terakhir yang bisa diikuti.
- d. Memiliki penampilan yang modis, *trendy*, dan sangat memperhatikan penampilan (Trimartati, 2014).

Berdasarkan karakteristik yang telah dipaparkan di atas, disimpulkan bahwa karakteristik gaya hidup hedonisme dalam penelitian ini yaitu, (a) tertarik mengoleksi barang mewah, bermerek, dan berteknologi tinggi, (b) menginginkan barang secara spontan, (c) mengisi waktu luang untuk jalan-jalan, contoh aktivitasnya adalah pergi ke mal, (d) menghabiskan waktu luang di kafe dan restoran siap saji, (e) mengikuti *tren*, dan (f) sangat memperhatikan penampilan.

2.1.3 Aspek-aspek gaya hidup hedonisme

Susianto (1993) (dalam Kusumastuti, 2006) memaparkan tiga aspek gaya hidup hedonisme, yaitu sebagai berikut: (1) kesenangan hidup, (2) pusat perhatian, dan (3) fasilitas.

Berbeda dengan Kotler dan Amstrong (2008) (dalam Maisyaroh, 2016), mereka menjabarkan tiga aspek gaya hidup hedonisme:

- a. Minat, yaitu suatu objek, peristiwa atau topik yang menarik dan diperhatikan oleh seseorang yang berasal dari lingkungannya seperti gaya pakaian, makanan, benda-benda mewah, tempat berkumpul, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

- b. Aktivitas, yaitu cara seseorang yang berwujud tindakan nyata untuk menghabiskan atau menggunakan waktunya, seperti menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak membeli barang-barang yang kurang diperlukan, dan pergi ke pusat perbelanjaan dan kafe.
- c. Opini, yaitu respon seseorang atas situasi yang berkaitan dengan isu-isu sosial dan produk-produk yang menunjang kehidupan

2.1.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonisme

Herlyana (2012) mengemukakan bahwa seorang remaja yang memiliki kecenderungan gaya hidup hedonisme dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.

Faktor internal.

- a. Karakteristik remaja

Remaja memiliki tugas perkembangan yang berat di antaranya adalah, adaptasi perkembangan fisik (pematangan seksual), menjaga pola hidup sehat, membangun interaksi sosial dengan teman sebaya, membangun dan mencari jati diri, dan adanya konflik dengan orang dewasa (orang tua).

- b. Kesepian

Kesepian adalah masalah yang umum pada remaja dan biasanya diatasi dengan cara bersosialisasi dan menghabiskan waktu dengan teman sebayanya di kafe.

- c. Simbol status

Simbol status seperti apa yang dikenakan, dikendarai, dan dimainkan oleh seseorang menjadi hal yang penting bagi remaja karena simbol-simbol tersebut berkaitan dengan prestise, citra diri, dan keberadaan dirinya di mata masyarakat.

Faktor eksternal.

- a. Pengaruh sosial

Sesuatu yang melibatkan kekuatan sosial, yaitu kekuatan yang tersedia bagi si pembawa pengaruh untuk mengubah sikap atau perilaku seseorang atau sekelompok orang untuk sebuah tujuan tertentu.

b. Konformitas

Tekanan yang nyata maupun tidak nyata dari kelompok untuk mendapatkan penghargaan atau menghindari hukuman dari orang atau kelompok lain.

c. Teman sebaya

Peran teman sebaya atau teman dekat sangat penting bagi remaja karena remaja mengalami proses belajar sosial melalui teman sebayanya, serta pembentukan diri remaja sedikit banyak dipengaruhi oleh teman sebayanya.

Serupa dengan Herlyana, Kotler (1997) (dalam Nadzir & Ingarianti, 2015) juga membagi faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonisme menjadi dua, yaitu faktor internal dan eksternal.

Faktor Internal.

a. Sikap

Keadaan jiwa yang dipengaruhi oleh tradisi, kebudayaan, dan lingkungan sosial yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek sesuai dengan pengalamannya dan ditampilkan dalam perilaku.

b. Pengalaman dan pengamatan

Pengalaman adalah sesuatu yang mempengaruhi pengamatan yang diperoleh dari pembelajaran di masa lalu.

c. Kepribadian

Konfigurasi karakter individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

d. Konsep diri

Konsep diri adalah inti dari pola kepribadian yang menentukan perilaku individu dalam menghadapi masalah.

e. Motif

Individu memiliki motif kebutuhan yang salah satunya adalah kebutuhan akan prestise. Jika motif kebutuhan akan prestise besar, maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonisme.

f. Persepsi

Proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

Faktor Eksternal.

a. Kelompok referensi

Kelompok referensi memberikan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap individu di dalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapi individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

b. Keluarga

Pola asuh orang tua membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung berpengaruh juga kepada pola hidup sang anak.

c. Kelas sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak-haknya, serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan.

d. Kebudayaan

Pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat-istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang meliputi pola pikir, perasaan, dan tindakan yang dipelajari oleh individu sebagai anggota masyarakat.

2.1.5 Batasan gaya hidup hedonisme

Gaya hidup hedonisme pada remaja ditunjukkan melalui intensitas keseringan dan kesetujuan remaja dalam melakukan aktivitas, minat, dan opini yang mengarah pada kesenangan. Remaja dengan gaya hidup hedonisme yang tinggi melakukan hal-hal tersebut secara lebih sering dan lebih setuju, sedangkan remaja dengan gaya hidup hedonisme yang rendah melakukannya secara jarang atau tidak pernah. Hal-hal diukur menggunakan skala psikologi gaya hidup hedonisme dengan mengacu kepada aspek-aspek dan karakteristik gaya hidup hedonisme.

2.2 Konformitas Teman Sebaya

Sekaran (2006) menjelaskan variabel bebas sebagai tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain (Sangadji & Sopiah, 2010). Dalam penelitian ini, variabel bebas yang digunakan adalah konformitas teman sebaya.

2.2.1 Definisi konformitas teman sebaya

King (2012) menjelaskan bahwa konformitas adalah perubahan dalam perilaku seseorang untuk menyelaraskan lebih dekat dengan standar kelompok.

Sementara itu, Myers (2012) berpendapat bahwa konformitas tidak hanya sekadar bertindak sesuai dengan tindakan yang dilakukan oleh orang lain, tetapi juga berarti dipengaruhi oleh bagaimana mereka bertindak. Oleh karena itu, konformitas diartikan sebagai perubahan dalam perilaku atau *belief* sebagai hasil dari tekanan kelompok yang nyata atau hanya berdasarkan imajinasi.

Selanjutnya, konformitas menurut Baron dan Byrne (2003) (dalam Ningrum 2011) adalah bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan atau perilakunya untuk mengikuti norma kelompok atau sosial. Norma sosial ini seringkali menimbulkan efek yang kuat pada tingkah laku seseorang (Alawiyah, 2014).

Berdasarkan pemaparan konsep di atas, hal yang sama mengenai konformitas dari ketiga konsep adalah seseorang mengubah perilakunya agar sesuai dengan orang lain atau kelompok. Selanjutnya, konsep Myers dan Baron & Byrne menyatakan bahwa seseorang mengubah atau menyesuaikan perilaku diakibatkan oleh pengaruh sosial. Pada konsep Myers, pengaruh sosial yang dimaksud adalah tekanan kelompok

yang nyata berbentuk perilaku atau yang hanya berdasarkan imajinasi. Sedangkan pada konsep Baron & Byrne pengaruh sosial yang dimaksud lebih kepada norma sosial yang ada di dalam kelompok. Lebih lanjut, konsep Myers menegaskan bahwa sesuatu yang dapat berubah bukan hanya perilaku saja, melainkan juga bisa *belief* atau kepercayaan seseorang. Sementara itu, Baron & Byrne menambahkan sikap sebagai sesuatu yang juga dapat berubah dari seseorang.

Melalui hasil analisis ketiga konsep tersebut, maka diputuskan konsep konformitas yang digunakan pada penelitian ini adalah perpaduan antara konsep Myers dan Baron & Byrne yang dinyatakan sebagai berikut:

“konformitas adalah tindakan untuk mengubah sikap, perilaku, dan atau kepercayaan sesuai dengan norma sosial atau kelompok yang dipengaruhi oleh tekanan kelompok baik secara nyata maupun imajinasi.”

Konsep ini dipilih karena kedua konsep tersebut memiliki unsur-unsur yang saling melengkapi berupa sikap, perilaku, dan kepercayaan dimana hal-hal tersebut bisa berubah dari diri seseorang untuk disesuaikan dengan norma sosial. Lebih lanjut, perubahan unsur-unsur tersebut diakibatkan oleh pengaruh sosial yang sudah dijelaskan oleh kedua konsep. Dengan menggabungkan konsep-konsep tersebut, definisi konformitas menjadi sangat sesuai dengan tujuan dari penelitian ini.

Menurut KBBI Daring (2016), pengertian teman adalah orang yang bersama-sama bekerja sedangkan sebaya adalah sama umurnya. Dengan demikian, teman sebaya adalah orang yang sama umurnya yang bersama-sama bekerja.

Lebih lanjut, Santrock (2003) (dalam Priastuti, Pratiwi, & Supriyono, n.d.) memberikan definisi teman sebaya sebagai anak-anak atau remaja yang memiliki usia atau tingkat kematangan yang kurang lebih sama yang memiliki peran penting dalam kehidupan remaja.

Hartati (2013) juga berpendapat bahwa teman sebaya dapat diartikan sebagai kelompok orang yang memiliki latar belakang, usia, pendidikan, dan status sosial yang sama, dan mereka biasanya dapat mempengaruhi perilaku dan keyakinan tiap-tiap anggotanya.

Berdasarkan pemaparan konsep di atas, hal yang sama mengenai teman sebaya adalah anak yang memiliki usia yang kurang lebih sama. Konsep dari Hartati menjelaskan hal-hal yang sama mengenai teman sebaya secara lebih detail, yaitu latar belakang, usia, pendidikan, dan status sosial. Sementara itu, dua konsep lainnya menyatakan bahwa teman sebaya memiliki peran yang penting dan bisa mempengaruhi perilaku anggotanya.

Melalui hasil analisis ketiga konsep tersebut, maka diputuskan konsep teman sebaya yang digunakan pada penelitian ini adalah perpaduan antara konsep Santrock dan Hartati yang dinyatakan sebagai berikut:

“teman sebaya adalah anak yang memiliki latar belakang, usia, pendidikan, dan status sosial yang sama yang berperan penting dalam kehidupan remaja dan berpengaruh terhadap perilaku dan keyakinan sebayanya”.

Konsep ini dipilih karena unsur kedua konsep tersebut memiliki kesamaan yaitu teman sebaya memiliki usia yang sama dan juga memiliki peranan yang penting. Lebih lanjut, konsep milik Hartati melengkapinya secara lebih rinci dengan menyebutkan hal-hal lain selain usia yang sama-sama dimiliki oleh teman sebaya. Selain itu, gabungan kedua konsep tersebut menyatakan bahwa teman sebaya memiliki pengaruh terhadap sebayanya yang memang sesuai dengan tujuan dari penelitian ini untuk mencari pengaruh konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme.

Dengan demikian, konformitas teman sebaya adalah tindakan untuk mengubah sikap, perilaku, dan atau kepercayaan seseorang sesuai dengan norma yang dipengaruhi oleh tekanan teman sebaya – seseorang yang memiliki latar belakang, usia, pendidikan, dan status sosial yang sama – baik secara nyata maupun imajinasi.

2.2.2 Peran teman sebaya

Teman sebaya menjadi hal yang penting bagi seorang remaja dikarenakan para remaja menghabiskan lebih banyak waktu dengan teman sebaya dibandingkan dengan orang tua. Pengaruh teman sebaya normalnya memuncak pada usia 12-13 tahun dan menurun selama pertengahan dan akhir masa remaja (Papalia & Feldman 2014). Didukung oleh Hewstone, Fincham, & Foster (2005) yang menyatakan bahwa dalam

fase ini, remaja menghabiskan waktunya bersama dengan teman sebaya dan lebih fokus kepada relasi teman sebaya sebagai bagian yang penting di dalam identitasnya.

Menurut Papalia dan Feldman (2014), terdapat enam peran teman sebaya bagi remaja, yaitu (1) sumber penting dari dukungan emosi, (2) sumber tekanan bagi perilaku, (3) sumber afeksi, simpati, pemahaman, dan penuntun moral, (4), tempat bagi sebuah eksperimen, dan (5) pengaturan untuk mencapai otonomi serta kemandirian dari orang tua.

Pada masa remaja yang lebih bertumpu pada teman-temannya, intimasi dan dukungan dari teman-temannya menjadi hal yang sangat penting. Tidak hanya itu, remaja juga berbagi rahasia dengan teman sebayanya. Seperti yang dikatakan oleh Papalia dan Feldman (2014), remaja yang memiliki persahabatan yang dekat, stabil, dan mendukung, umumnya memiliki opini yang tinggi akan diri mereka sendiri, melakukan hal yang baik di sekolah, lebih mudah bersosialisasi, dan cenderung tidak menjadi bermusuhan, cemas, dan depresi. Hal tersebut menunjukkan bahwa, teman sebaya memang memiliki peran yang sangat penting di dalam masa perkembangan remaja.

2.2.3 Aspek-aspek konformitas

Sears (1994) (dalam Evriyani, 2013) menjelaskan tiga aspek konformitas sebagai berikut:

Kekompakkan. Rasa tertarik dari diri seseorang terhadap kelompok tertentu dan mendorongnya untuk terus menjadi bagian dari kelompok tersebut yang disebabkan oleh besarnya rasa suka terhadap kelompok dan manfaat yang akan diperoleh jika menjadi bagian dari kelompok. Perilaku yang biasa ditampilkan adalah menyesuaikan diri dengan kelompok dan memberikan perhatian terhadap kelompok.

Kesepakatan. Pendapat yang dibuat kelompok memiliki tekanan yang kuat sehingga membuat anggotanya harus menunjukkan loyalitas dan menyesuaikan pendapatnya dengan pendapat kelompok. Perilaku yang biasanya dimunculkan adalah mempercayai, menyamakan pendapat, menyimpang terhadap pendapat kelompok.

Ketaatan. Tekanan atau tuntutan kelompok yang membuatnya rela melakukan sesuatu walaupun sebenarnya individu tersebut tidak menginginkannya. Ketaatan

dilakukan karena disebabkan oleh dua hal, yaitu tekanan karena hukuman dan harapan dari orang lain.

2.2.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas

Myers (2012) menyebutkan setidaknya enam faktor yang dapat memprediksi konformitas, yaitu ukuran kelompok, keseragaman suara, kohesif, status, respons umum, dan komitmen sebelumnya.

Ukuran kelompok. Besaran jumlah orang di dalam suatu kelompok yang mempengaruhi terjadinya konformitas. Orang-orang di dalam kelompok cenderung menyamakan diri atau mengikuti sesuatu yang sama yang dilakukan oleh kelompoknya. Tiga hingga lima orang akan memberikan lebih banyak konformitas dibandingkan hanya 1 atau 2 orang saja di dalam satu kelompok. Semakin banyak orang yang melakukan hal tersebut, semakin banyak pula orang yang akan mengikutinya di dalam kelompok.

Keseragaman suara. Seseorang yang “mengganggu” keseragaman suatu kelompok akan menurunkan kekuatan sosial dari kelompok tersebut. Oleh karena itu, seorang minoritas yang berada di tengah-tengah mayoritas suatu kelompok, lambat laun akan mengikuti hal-hal yang biasa dilakukan oleh orang-orang mayoritas agar tidak mengganggu keseragaman kelompok.

Kohesif. Kohesivitas dimaknai dengan suatu perasaan “kita”, yaitu tingkat dimana anggota dari suatu kelompok terikat satu sama lain, misalnya karena ketertarikan terhadap satu sama lain. Semakin kohesif suatu kelompok, semakin kelompok tersebut memiliki kekuatan terhadap para anggota kelompoknya. Ketakutan akan mendapatkan penolakan oleh anggota kelompok yang mereka sukai membuat mereka berada dalam pengaruh suatu kekuatan tertentu.

Status. Status seseorang dapat mempengaruhi bagaimana seseorang berperilaku. Orang-orang kalangan atas dan berstatus tinggi cenderung memiliki lebih banyak pengaruh dibandingkan orang-orang yang memiliki status rendah. Misalnya, seorang aktris atau aktor yang mengampanyekan hidup sehat lebih cenderung diikuti dibandingkan hanya orang-orang biasa yang mengampanyekan.

Respons umum. Konformitas tinggi akan muncul ketika respons mereka ditampilkan secara publik atau dipublikasikan dibandingkan respons yang mereka berikan secara *private*. Misalnya, seseorang akan memberikan opini mereka yang hampir sama dengan opini orang lain meskipun itu bertentangan dengan opini pribadinya ketika berbicara di depan umum (kelompok). Akan tetapi, ia akan lebih leluasa untuk menuangkan opini pribadinya secara utuh ketika berada di dalam ruang pribadi yang penuh privasi dibandingkan di hadapan kelompok.

Komitmen sebelumnya. Suatu komitmen sebelumnya terhadap suatu perilaku atau kepercayaan tertentu akan meningkatkan kecenderungan bahwa seseorang akan tetap pada komitmen tersebut dan tidak menyeragamkan diri.

Selanjutnya, King (2012) menambahkan dua faktor yang secara umum mempengaruhi konformitas, yaitu pengaruh sosial informasional dan pengaruh sosial normatif.

Pengaruh sosial informasional. Pengaruh orang lain kepada seseorang karena orang tersebut ingin menjadi benar. Kelompok sosial dapat memberikan informasi yang tidak diketahui oleh seseorang yang dapat menyebabkan orang tersebut menyelaraskan diri dan sepakat dengan kelompok.

Pengaruh sosial normatif. Pengaruh orang lain pada kita karena kita ingin mereka menyukai dan menerima kita. Jika suatu kelompok penting bagi seseorang, maka orang tersebut akan mengadopsi sikap dan perilaku yang menjadi ciri anggota kelompok tersebut.

2.2.5 Remaja

Masa remaja adalah masa perkembangan transisi yang melibatkan perubahan fisik, kognitif, emosional, dan sosial dengan beragam bentuk di latar belakang sosial, budaya, dan ekonomi yang berbeda pada individu yang berusia 11 hingga 20 tahun (Papalia & Feldman, 2014). *World Health Organization* (WHO) (2015) mendefinisikan remaja sebagai individu yang berusia antara 10-19 tahun, pemuda dengan usia 15-24 tahun, dan anak muda dengan usia antara 10-24 tahun (Curtis, 2015). Sementara itu, rentang usia remaja menurut Badan Kependudukan dan

Keluarga Berencana (BKKBN) adalah 10-24 tahun dan belum menikah (Kementerian Kesehatan, 2015).

Dalam proses perkembangannya, remaja melewati fase atau tahap perkembangan remaja. Curtis (2015) membagi fase perkembangan remaja menjadi tiga fase, yaitu (1) remaja awal, (2) remaja, dan (3) dewasa muda.

Remaja awal (11-13 tahun). Pada tahap ini, remaja banyak mengalami perubahan fisik mulai dari pubertas hingga perkembangan otak. Fisik remaja berkembang seiring matangnya hormon-hormon seksual dan diikuti dengan perkembangan otak pada bagian pre-frontal. Fungsi otak remaja pada tahap ini beralih dari tahap operasional konkrit ke tahap operasional formal dimana remaja sudah mulai dapat berpikir abstrak. Konflik dengan orang tua mulai muncul seiringnya meningkatnya keterlibatan dengan teman sebaya.

Remaja (14-17 tahun). Tugas perkembangan pada usia ini adalah mencari jati diri dan diri dalam kaitannya dengan lingkungan. Jenis hubungan remaja dengan orang tua pada tahap ini adalah transformasional dimana tidak banyak terjadi konflik, tetapi meningkatnya intensitas ketidaksetujuan secara emosional. Sementara itu, kelompok teman sebaya menjadi sangat dominan dan berkembang menjadi “klik” dan “kerumunan”.

Dewasa muda (18-25 tahun). Dewasa muda adalah fase terakhir dari transisi remaja. Interaksi dengan kelompok teman sebaya mulai berkurang dan digantikan hubungan romantis dengan pasangan atau aktivitas seksual. Pada tahap ini, individu mulai menyiapkan diri untuk berkarir maupun mencari pasangan hidup.

Usia awal remaja yang dipaparkan oleh tokoh-tokoh di atas tidak jauh berbeda, tetapi usia akhir remaja sangat bervariasi. Hal ini dijelaskan oleh Steinberg (2002) dan Swanson, dkk (2003) (dalam Curtis, 2015) bahwa masa awal remaja ditandai secara biologis dan berakhirnya masa remaja tergantung kebudayaan. Dengan demikian, remaja dalam penelitian ini berusia 15-21 tahun dan belum menikah. Usia tersebut dipilih dikarenakan responden dalam penelitian ini adalah remaja yang menggunakan *Instagram*. Batasan usia seseorang untuk menggunakan media sosial *Instagram* adalah minimal 13 tahun. Selanjutnya, mulai dari usia 15 tahun kelompok

teman sebaya menjadi sangat dominan dan usia di atas 21 tahun sudah memasuki usia dewasa awal yang lebih memfokuskan diri untuk berkarir dan mencari pasangan hidup.

2.2.6 *Instagram*

Instagram adalah aplikasi perangkat seluler berbagi foto *online*, berbagi video, dan layanan jejaring sosial yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil gambar dan video, serta membagikannya pada berbagai platform jejaring sosial lainnya seperti *Facebook* dan *Twitter* (Fairfield University, 2017). Aplikasi ini diciptakan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada Oktober 2010 (Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, 2014). Menurut mereka, *Instagram* adalah gabungan dari *instan camera* dan *telegram*. *Instagram* merupakan salah satu jejaring sosial yang memiliki jumlah pengguna yang tidak sedikit. Jumlah pengguna *Instagram* di Indonesia cukup signifikan. Data survei dari APJII (2016) menunjukkan bahwa sebanyak 129,2 juta orang Indonesia menggunakan media sosial dan 19,9 juta di antaranya menggunakan *Instagram*.

Seperti yang telah dijelaskan di atas, fungsi dari *Instagram* adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto serta video kepada pengguna lainnya. Untuk mempermudah dan memanjakan penggunanya, *Instagram* dilengkapi dengan fitur-fitur seperti pengikut (mengikuti akun *Instagram* orang lain dan diikuti oleh orang lain), unggah foto/video (mengunggah foto melalui kamera *iDevice* ataupun foto yang sudah ada di album *iDevice* tersebut), efek foto/video (efek yang bisa ditambahkan ke foto/video sebelum diunggah), judul foto, komentar, tanda suka, *aroba* (fitur untuk mengyinggung pengguna lain dengan menambahkan tanda @ di judul foto atau kolom komentar, *geotagging* (mendeteksi lokasi pengguna *Instagram* saat telah mengambil foto atau tempat foto tersebut diunggah), dan *popular* (foto/video yang sedang populer di *Instagram* (Mediamasha.com)).

Dalam penggunaannya, ada tiga macam aktivitas penggunaan *Instagram* menurut Yang (2016) yaitu, *IG Interaction*, *IG Browsing*, dan *IG Broadcasting*.

IG Interaction. *IG Interaction* adalah komunikasi secara langsung yang berkaitan dengan orang lain seperti memberikan komentar dan atau membalas

komentar, dan menandakan seseorang di konten yang diunggah atau di kolom komentar. Contoh aktivitasnya adalah menyukai foto/video orang lain, mengomentari foto/video orang lain, dan membalas komentar di foto/video pribadi.

IG Browsing. *IG Browsing* adalah aktivitas untuk mengecek beranda atau *feed* dan mengecek profil *Instagram* orang lain tanpa meninggalkan komentar. Contoh aktivitasnya adalah melihat *feed Instagram*, melihat hal yang sedang populer di *Instagram*, melihat *story snapgram* orang lain, melihat banyaknya suka dan komentar di foto/video pribadi, dan melihat banyaknya *viewer* di *snapgram* pribadi.

IG Broadcasting. *IG Broadcasting* adalah mengunggah konten ke *Instagram* tanpa menandakan seseorang dan mengunggah konten yang tidak ditujukan kepada siapa pun.

2.3 Hubungan antara Konformitas Teman Sebaya dengan Gaya Hidup Hedonisme

Karakteristik remaja yang menjadikan teman sebaya sebagai suatu hal yang penting di dalam kehidupannya juga berkaitan dengan konformitas. Pengaruh sosial normatif sebagai salah satu faktor pembentuk konformitas terjadi karena seseorang menyamakan diri dengan orang lain agar disukai dan diterima oleh orang tersebut. Menurut Papalia dan Feldman (2014), teman sebaya berperan sebagai sumber penting dari dukungan emosi; sumber tekanan bagi perilaku; sumber afeksi, simpati, pemahaman, dan penuntun moral; tempat bagi sebuah eksperimen; dan pengaturan untuk mencapai otonomi serta kemandirian dari orang tua. Melalui peran tersebut, sangat mungkin bagi remaja untuk melakukan apa saja demi mendapatkan manfaat dari temannya baik secara fisik maupun psikologis.

Peran teman sebaya yang kuat pada remaja memungkinkan remaja untuk mengikuti apa yang dilakukan oleh teman sebaya mereka, termasuk gaya hidup. Jika teman sebaya mereka menunjukkan gaya hidup hedonisme, maka orang tersebut besar kemungkinannya untuk memiliki gaya hidup hedonisme pula. Data temuan lapangan menjelaskan bahwa remaja pengguna *Instagram* cenderung mengikuti

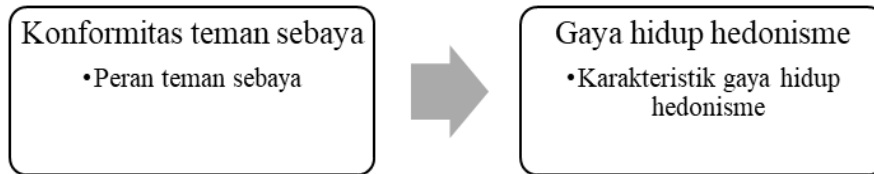
rekomendasi tempat yang sedang *tren* di *Instagram* dan akan mengunjungi bersama dengan teman-teman mereka.

Penelitian dari Amerika Serikat menyebutkan bahwa para remaja akan memberikan tanda suka jika pada gambar tersebut sudah memiliki banyak tanda suka (Samiadi, 2017). Hal tersebut merupakan konformitas yang artinya para remaja merasa diterima oleh kalangan mereka bila ikut memberikan tanda suka pada gambar yang memang sudah banyak disukai. Lebih lanjut, pengaruh dari teman-teman para remaja pada penelitian tersebut lebih kuat dalam memberikan tanda suka pada gambar yang diunggah. Artinya, remaja pengguna *Instagram* memiliki konformitas teman sebaya yang kuat dan cenderung untuk melakukan hal tersebut agar diterima oleh teman sebayanya.

Remaja saat ini telah mengenal dan menggunakan media sosial *Instagram* untuk sarana komunikasi dan bersosialisasi dengan yang lain. Dalam penggunaannya, remaja selalu *update* mengenai berita-berita yang *tren* di *Instagram*. Disya (2017) menjelaskan bahwa orang-orang, khususnya pengguna *Instagram* cenderung mengikuti *tren* kekinian karena ingin diterima orang lain dan menganggap sesuatu yang ramai dilakukan oleh orang lain adalah sesuatu yang benar atau bahkan tidak baik. Selain itu, berdasarkan studi pendahuluan beberapa alasan remaja mengunggah konten ke *Instagram* adalah untuk mengikuti *tren*, bersenang-senang, untuk dilihat orang, dan untuk pamer. Hal tersebut sesuai dengan karakteristik gaya hidup hedonisme.

Berdasarkan analisis yang telah dipaparkan di atas, remaja pengguna *Instagram* memiliki konformitas teman sebaya yang berhubungan dengan gaya hidup hedonisme.

2.4 Kerangka Konseptual



Bagan 2.1 Kerangka konseptual

Seperti bagan 2.1 di atas, konformitas teman sebaya melalui peran teman sebaya sebagai bagian yang penting pada masa remaja mempengaruhi gaya hidup hedonisme yang ditunjukkan melalui karakteristik gaya hidup hedonisme.

2.5 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan kerangka konseptual yang telah dipaparkan di atas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut: terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme remaja pengguna *Instagram* di Jakarta.

2.6 Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian ini memiliki dasar acuan melalui hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Hasil penelitian terdahulu bisa dilihat pada tabel 2.1 sebagai berikut:

Tabel 2.1 Hasil penelitian yang relevan

Nama Peneliti	Judul Penelitian (tahun)	Hasil Penelitian
Almira Rizki Pontania	Hubungan Antara Konformitas	Ada hubungan positif yang
	Kelompok Teman Sebaya dengan sangat signifikan antara Gaya Hidup Hedonisme pada konformitas kelompok teman Mahasiswa Kab. Dharmasraya di sebaya dengan gaya hidup	

Nama Peneliti	Judul Penelitian (tahun)	Hasil Penelitian
	Yogyakarta (2012)	hedonisme
Dimas Wahyu Saputro	Hubungan antara Relasi Pertemanan dengan Gaya Hidup Hedonisme Pada Eksekutif Muda (2014)	Ada hubungan positif yang sangat signifikan antara relasi pertemanan dengan gaya hidup hedonisme
Monica Utari	Pengaruh Media Sosial <i>Instagram</i> Akun @princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Para Followersnya (2017)	Media sosial <i>Instagram</i> akun @princessyahrini berpengaruh positif terhadap gaya hidup hedonisme
Elly Herlyana	Fenomena Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda (2012)	Gejala Coffee Shop sebagai gaya hidup di kalangan remaja dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal
Misbahun Nadzir dan Tri Muji Ingarianti	Psychological Meaning of Money dengan Gaya Hidup Hedonisme Remaja di Kota Malang (2015)	Ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara setiap dimensi dengan gaya hidup hedonisme pada remaja di Malang
Nabila Nur Fitriyani	Hubungan Antara Konformitas dengan Gaya Hidup Hedonisme (2016)	Tidak ada hubungan antara konformitas dengan gaya hidup hedonisme
Dhea Laksmi Rahmalisa	Hubungan antara Konformitas Terhadap Teman Sebaya dengan Gaya Hidup Hedonisme pada Mahasiswa (2015)	Ada hubungan positif antara konformitas teman sebaya dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Berdasarkan cara penelitiannya, penelitian ini termasuk ke dalam penelitian *ex-postfacto* dimana variabel-variabel bebas telah terjadi ketika peneliti mulai dengan pengamatan variabel terikat dalam suatu penelitian dan keterikatan antar variabel sudah terjadi secara alami. Jenis penelitian *ex-postfacto* yang digunakan adalah penelitian hubungan sebab akibat (*causal comparative*) yang berusaha mencari informasi tentang alasan terjadinya hubungan sebab akibat dan peneliti berusaha melacak kembali hubungan tersebut. Selanjutnya, penelitian ini menggunakan tipe kuantitatif yang data penelitiannya dinyatakan dalam angka dan dianalisis dengan teknik statistik (Sangadji & Sopiah, 2010).

3.2 Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan gambaran nyata dari fenomena kehidupan yang diukur dan diamati dengan berbagai macam nilai (Sangadji & Sopiah, 2010). Adapun variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel terikat (*dependen*). Variabel terikat adalah variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen (Sangadji & Sopiah, 2010). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah gaya hidup hedonisme.

Variabel bebas (*independen*). Variabel bebas adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain (Sangadji & Sopiah, 2010). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah konformitas teman sebaya.

3.2.1 Definisi konseptual

3.2.1.1 Definisi konseptual gaya hidup hedonisme. Gaya hidup hedonisme adalah pola perilaku seseorang yang dapat diketahui dari aktivitas, minat, maupun

pendapatnya yang selalu menekankan pada kesenangan hidup berupa: lebih banyak menghabiskan waktu hanya demi bersenang-senang bersama teman sepermainannya, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

3.2.1.2 Definisi konseptual konformitas teman sebaya. Konformitas teman sebaya adalah tindakan untuk mengubah sikap, perilaku, dan atau kepercayaan seseorang sesuai dengan norma yang dipengaruhi oleh tekanan teman sebaya – seseorang yang memiliki latar belakang, usia, pendidikan, dan status sosial yang sama – baik secara nyata maupun imajinasi.

3.2.2 Definisi operasional

3.2.2.1 Definisi operasional gaya hidup hedonisme. Gaya hidup hedonisme adalah pola perilaku seseorang yang dapat diketahui dari aspek-aspek aktivitas, minat, maupun pendapatnya yang selalu menekankan pada kesenangan hidup dengan indikator sebagai berikut: (a) tertarik mengoleksi barang mewah, bermerek, dan berteknologi tinggi, (b) menginginkan barang secara spontan, (c) menghabiskan waktu luang untuk jalan-jalan, misalnya ke mall, (d) mengisi waktu luang di kafe, mal, dan restoran siap saji, (e) mengikuti tren, dan terakhir (f) sangat memperhatikan penampilan.

3.2.2.2 Definisi operasional konformitas teman sebaya. Konformitas teman sebaya adalah tindakan untuk mengubah sikap, perilaku, dan atau kepercayaan seseorang sesuai dengan norma yang dipengaruhi oleh tekanan teman sebaya – seseorang yang memiliki latar belakang, usia, pendidikan, dan status sosial yang sama – baik secara nyata maupun imajinasi yang dapat dilihat melalui aspek-aspek kekompakkan (menyesuaikan diri dengan kelompok dan memberikan perhatian terhadap kelompok), kesepakatan (mempercayai, menyamakan pendapat, tidak menyimpang terhadap pendapat kelompok), dan ketaatan (tekanan karena hukuman dan harapan dari orang lain).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Sangadji dan Sopiah (2010) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau obyek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi pada penelitian ini adalah remaja usia 15-21 tahun yang menggunakan *Instagram* di Jakarta

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian yang representatif dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sangadji & Sopiah, 2010). Sampel dalam penelitian ini adalah sampel yang memiliki karakteristik (1) pria atau wanita, (2) berusia 15 hingga 21 tahun, (3) memiliki dan aktif menggunakan *Instagram*, (4) telah menggunakan *Instagram* setidaknya 6 bulan hingga 1 tahun, dan (5) berdomisili di wilayah Jakarta.

Prosedur teknik sampling pada penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dengan teknik sampling purposif. *Nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sangadji & Sopiah, 2010). Sedangkan sampling purposif adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan angket untuk studi pendahuluan serta menggunakan alat ukur berupa skala psikologi untuk variabel konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonisme.

Sangadji dan Sopiah (2010) menjelaskan bahwa teknik angket atau kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan untuk mengumpulkan data dengan cara membagi daftar pertanyaan kepada responden agar ia memberikan jawabannya yang bersifat tertutup maupun terbuka. Sementara itu, menurut Azwar (2005), skala psikologi memiliki karakteristik khusus yang berbeda dengan angket atau kuesioner. Karakteristik yang dimaksud adalah pernyataan atau pertanyaan bersifat tidak

langsung mengungkapkan atribut yang hendak diukur, tetapi mengungkapkan indikator perilaku dari atribut yang bersangkutan. Selain itu, respon yang diberikan subyek tidak dikategorikan sebagai jawaban yang benar dan salah.

3.4.1 Skala gaya hidup hedonisme

Skala gaya hidup hedonisme dalam penelitian ini diadaptasi dari instrumen gaya hidup hedonisme yang dibuat oleh Siti Maisyaroh yang berasal dari Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang pada tahun 2016 untuk mengukur “Hubungan Harga Diri dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Kecenderungan Pembelian Kompulsif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014” dengan jumlah sampel sebanyak 110 orang. Instrumen ini dibuat berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2008) yaitu aspek minat, aktivitas, dan opini. Reliabilitas Cronbachs Alpha dari instrumen ini adalah sebesar 0,787. Di dalam instrumen ini, terdapat dua jenis *item* yaitu *item favourable* dan *unfavourable*. *Item favourable* adalah *item* yang berisi pernyataan yang mendukung konformitas teman sebaya dan *item unfavourable* adalah *item* yang berisi pernyataan yang tidak mendukung konformitas teman sebaya. Jumlah *item* dalam instrumen ini adalah 13 *item* yang sudah dimodifikasi dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Selain itu, ditambahkan pula indikator dari tiap-tiap aspek untuk lebih memperjelas variabel gaya hidup hedonisme yang diukur. Pemberian skor dilakukan dengan melihat kategori dan sifat *item* (*unfavourable* atau *favourable*) sesuai dengan metode skala likert sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kategori skor skala gaya hidup hedonisme

Kategori Jawaban	Favourable	Unfavourable
Sangat Sesuai (SS)	4	1
Sesuai (S)	3	2
Tidak Sesuai (TS)	2	3
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	4

Azwar (2005) menjelaskan bahwa untuk membuat pilihan jawaban harus simetris, yaitu jenjang ke arah positif harus sama dengan jenjang ke arah negatif dan umumnya pilihan dibuat dalam jumlah ganjil dengan pilihan tengah merupakan pilihan “netral”. Penelitian ini hanya menggunakan empat pilihan jawaban tanpa pilihan tengah. Hal tersebut berkaitan dengan *item-item* di dalam skala psikologi gaya hidup hedonisme yang mengharuskan responden memilih apakah ia mengarah kepada pilihan jawaban positif atau negatif. DuBois dan Burns (1975) (dalam Widhiarso, 2010) mengatakan bahwa responden memilih kategori tengah karena merasa tidak bisa memutuskan apakah akan setuju atau tidak setuju, indifferen (tidak peduli), tidak merasa cukup kompeten atau cukup informasi untuk mengambil sikap. Untuk menghindari ketidakpastian tersebut, skala psikologi gaya hidup hedonisme pada penelitian ini hanya menggunakan empat pilihan jawaban.

Tabel 3.2. Kisi-kisi skala gaya hidup hedonisme

No.	Aspek	Indikator	Fav	Unfav
1	Minat	Tertarik mengoleksi barang mewah, bermerek, dan berteknologi tinggi	1, 8, 11	13
		Menginginkan barang secara spontan	5	
2	Aktivitas	Menghabiskan waktu luang untuk jalan-jalan, misalnya ke mall	2, 4	
		Mengisi waktu luang di kafe dan restoran siap saji	6, 7	
3	Opini	Mengikuti tren	10	
		Sangat memperhatikan penampilan	3, 12	9
Jumlah			11	2

3.4.2 Skala konformitas teman sebaya

Skala konformitas teman sebaya dalam penelitian ini diadaptasi dari instrumen konformitas teman sebaya yang dibuat oleh Syarifah Alawiyah yang berasal dari

Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Jakarta pada tahun 2014 untuk mengukur “Pengaruh Konformitas Terhadap Konsep Diri Pengguna Tren Hijab Pada Remaja Wanita Usia 15-21 Tahun yang Menggunakan Hijab di Jakarta Selatan” yang berjumlah 302 orang. Instrumen ini dibuat berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Sears (1994) untuk mengukur aspek kekompakkan, kesepakatan, dan ketaatan. Reliabilitas Cronbachs Alpha dari instrumen ini sebesar 0,725. Di dalam instrumen ini, terdapat dua jenis *item* yaitu *item favourable* dan *unfavourable*. *Item favourable* adalah *item* yang berisi pernyataan yang mendukung konformitas teman sebaya dan *item unfavourable* adalah *item* yang berisi pernyataan yang tidak mendukung konformitas teman sebaya. Jumlah *item* dalam instrumen ini adalah 30 *item* yang sudah dimodifikasi dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian. Selain itu, ditambahkan pula indikator dari tiap-tiap aspek untuk lebih memperjelas variabel konformitas teman sebaya yang diukur. Pemberian skor dilakukan dengan melihat kategori dan sifat *item* (*unfavourable* atau *favourable*) sesuai dengan metode skala likert sebagai berikut:

Tabel 3.3. Kategori skor konformitas teman sebaya

Kategori Jawaban	Favourable	Unfavourable
Sangat Sesuai (SS)	4	1
Sesuai (S)	3	2
Tidak Sesuai (TS)	2	3
Sangat Tidak Sesuai (STS)	1	4

Sama halnya dengan skala psikologi gaya hidup hedonisme, skala psikologi konformitas teman sebaya juga hanya memiliki empat pilihan jawaban guna menghindari ketidakpastian pilihan jawaban responden jika hanya memilih “netral” pada setiap pernyataan.

Tabel 3.4. Kisi-kisi skala konformitas teman sebaya

No.	Aspek	Indikator	Fav	Unfav
1	Kekompakkan	Penyesuaian diri	5, 10, 11, 14, 28	16, 27
		Perhatian terhadap kelompok	17, 22	20
2	Kesepakatan	Kepercayaan	18, 24	25
		Persamaan pendapat	3, 4, 7	8, 19
		Enggan untuk menyimpang	2, 12	
3	Ketaatan	Harapan orang lain	1, 13, 29, 30	9, 15
		Tekanan karena hukuman/ancaman	6, 21, 23	26
		Jumlah		

3.5 Uji Coba Instrumen

Dalam alur kerja penyusunan skala psikologi, tentunya uji coba instrumen atau skala perlu dilakukan karena terkait langsung dengan data yang akan dihasilkan apakah data tersebut dapat dipercaya atau tidak, tergantung dari hasil uji coba instrumen sebelum pengujian data final.

Uji coba instrumen ini dilakukan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen yang nantinya akan digunakan untuk mengambil data final. Menurut Azwar (2013), validitas seringkali dikonsepsikan sebagai sejauhmana tes mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Sedangkan reliabilitas mengacu kepada konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur, yang mengandung makna kecermatan pengukuran (Azwar, 2005). Pengukuran yang tidak reliabel tentu tidak akan konsisten dari waktu ke waktu. Artinya, instrumen tersebut tidak bisa digunakan kembali di waktu yang akan datang karena hasilnya tidak konsisten. Penelitian ini menggunakan pemodelan *Rasch* untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen.

Menurut Sumintono dan Widhiarso (2014), pemodelan *Rasch* telah memenuhi pengukuran yang objektif, yaitu memberikan ukuran yang linier, mengatasi data yang hilang, melakukan proses estimasi yang tepat, menemukan yang tidak tepat (*misfit*) dan tidak umum (*outliers*), dan memberikan instrumen pengukuran yang independen dari parameter yang diteliti. Selanjutnya, skor yang dihasilkan bukan lagi

menggunakan skor mentah, melainkan skor murni yang telah bebas dari *error* pengukuran. Dengan kata lain, pemodelan *Rasch* terbebas dari pengaruh jenis subyek, karakteristik penilai (*rater*), dan karakteristik alat ukur.

Kriteria reliabilitas *item* yang dipakai pada penelitian ini mengacu pada kriteria pemodelan *Rasch* sebagai berikut:

Tabel 3.5. Kriteria reliabilitas item

Koefisien Reliabilitas	Kriteria
< 0,67	Lemah
0,67 – 0,80	Cukup
0,81 – 0,90	Bagus
0,91 – 0,94	Bagus Sekali
> 0,94	Istimewa

Kriteria validitas *item* yang dipakai pada penelitian ini mengacu pada kriteria validitas *item* yang *fit* dan *misfit* menggunakan pemodelan *Rasch* sebagai berikut: Nilai INFIT MNSQ dari setiap *item* dibandingkan dengan jumlah Standar Deviasi dan Mean. Jika nilai logit INFIT MNSQnya lebih besar dari jumlah Standar Deviasi dan Mean, maka *item* tersebut masuk dalam kategori *misfit* atau tidak valid. *Item* yang tidak valid tidak dimasukkan ke dalam skala untuk pengambilan data final.

3.5.1 Uji coba instrumen gaya hidup hedonisme

Skala gaya hidup hedonisme merupakan instrumen unidimensi karena memiliki *Raw variance explained by measures* sebesar 46,5%. Untuk memenuhi syarat unidimensi dalam pemodelan *Rasch*, minimal harus memiliki *Raw variance explained by measures* sebesar 20% (Sumintono dan Widhiarso, 2014).

Setelah dilakukan uji validitas untuk skala gaya hidup hedonisme, terdapat beberapa *item* yang gugur yaitu:

Tabel 3.6. Item gugur gaya hidup hedonisme

No.	Aspek	Indikator	Fav	Unfav
1	Minat	Tertarik mengoleksi barang mewah, bermerek, dan berteknologi tinggi		13
		Menginginkan barang secara spontan		
2	Aktivitas	Menghabiskan waktu luang untuk jalan-jalan, misalnya ke mall	2	
		Mengisi waktu luang di kafe dan restoran siap saji		
3	Opini	Mengikuti tren		
		Sangat memperhatikan penampilan		
Jumlah			1	1
Total			2	

Selanjutnya hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa skala gaya hidup hedonisme masuk ke dalam kriteria **bagus sekali** dengan *Item Reliability Score* sebesar 0,92.

3.5.2 Uji coba instrumen konformitas teman sebaya

Skala konformitas teman sebaya merupakan instrumen unidimensi karena memiliki *Raw variance explained by measures* sebesar 43,3%. Untuk memenuhi syarat unidimensi dalam pemodelan Rasch, minimal harus memiliki *Raw variance explained by measures* sebesar 20% (Sumintono dan Widhiarso, 2014).

Setelah dilakukan uji validitas untuk skala gaya hidup hedonisme, terdapat beberapa *item* yang gugur yaitu:

Tabel 3.7. Item gugur konformitas teman sebaya

No.	Aspek	Indikator	Fav	Unfav
1	Kekompakkan	Penyesuaian diri		
		Perhatian terhadap kelompok		
2	Kesepakatan	Kepercayaan		
		Persamaan pendapat		
		Enggan untuk menyimpang		
3	Ketaatan	Harapan orang lain	1, 29	
		Tekanan karena hukuman/ancaman		26
Jumlah			2	1
Total			3	

Selanjutnya hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa skala konformitas teman sebaya masuk dalam kriteria **bagus sekali** dengan *Item Reliability Score* sebesar 0,94.

3.6 Analisis Data

Data diolah dan dianalisis menggunakan aplikasi *WINSTEPS Version 3.73* sesuai dengan pemodelan *Rasch*. Selanjutnya, pengujian asumsi dan hipotesis dilakukan menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic 23*.

3.6.1 Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah penyebaran data tergolong normal atau tidak (Rangkuti dan Wahyuni, 2016). Pengujian normalitas data dilakukan dengan *Kolmogorov-Smirnov Test* dimana jika nilai p lebih besar daripada nilai α , maka penyebaran data tergolong normal.

3.6.2 Uji linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk melihat apakah hubungan antar dua variabel tergolong linier atau tidak (Rangkuti dan Wahyuni, 2016). Jika nilai p lebih kecil daripada nilai α , maka kedua variabel bersifat linier satu sama lain.

3.6.3 Uji analisis regresi

Analisis regresi yang digunakan di dalam penelitian ini adalah analisis regresi satu prediktor, yaitu hanya terdapat satu variabel prediktor untuk memprediksi variabel kriterium. Berikut adalah persamaan garis regresinya:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y: Variabel yang diprediksi (gaya hidup hedonisme)

X: Variabel prediktor (konformitas teman sebaya)

a: bilangan konstan

b: koefisien prediktor

3.6.4 Hipotesis statistik

Penelitian ini memiliki dua hipotesis statistik, yaitu Hipotesis Nol (H_0) dan Hipotesis Alternatif (H_a). Tiap-tiap hipotesis berbunyi sebagai berikut:

- a. H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme remaja pengguna *Instagram* di Jakarta
- b. H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme remaja pengguna *Instagram* di Jakarta

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Responden

Penelitian ini menggunakan responden sebanyak 90 orang. Karakteristik responden pada penelitian ini adalah remaja usia 15-21 tahun yang aktif menggunakan *Instagram* dan tinggal atau beraktivitas di wilayah Jakarta dengan gambaran subyek berupa jenis kelamin, usia, intensitas pemakaian *Instagram*, masa pakai *Instagram*, pekerjaan, dan aktivitas pemakaian *Instagram*.

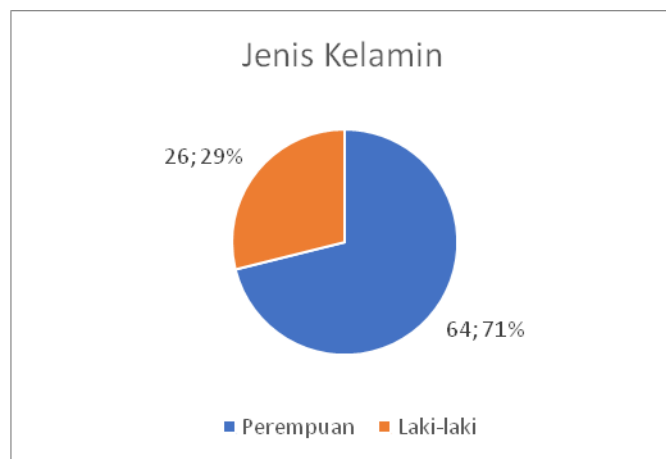
4.1.1 Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin

Responden pada penelitian ini terdiri dari laki-laki dan perempuan. Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.1 Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	64	71,1%
Laki-laki	26	28,9%

Berdasarkan tabel 4.1, jumlah responden perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki, yaitu 64 orang responden perempuan (71,1%) dan 26 orang responden laki-laki (28,9%). Berikut gambarannya melalui bagan 4.1:



Bagan 4.1 Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin

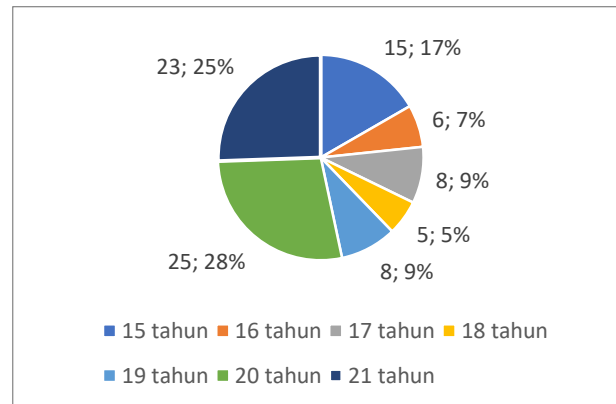
4.1.2 Gambaran responden berdasarkan usia

Penelitian ini menggunakan responden remaja yang berusia 15-21 tahun. Gambaran responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.2 di bawah ini:

Tabel 4.2 Gambaran responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Presentase
15 tahun	15	16,7%
16 tahun	6	6,7%
17 tahun	8	8,9%
18 tahun	5	5,6%
19 tahun	8	8,9%
20 tahun	25	27,8%
21 tahun	23	25,6%

Berdasarkan tabel 4.2, dapat diketahui bahwa usia responden yang paling banyak pada penelitian ini adalah 20 tahun dengan jumlah responden sebanyak 25 orang (27,8%) sedangkan usia responden yang paling sedikit adalah 18 tahun dengan jumlah responden sebanyak 5 orang (8,9%). Berikut gambarannya melalui bagan IV.2:



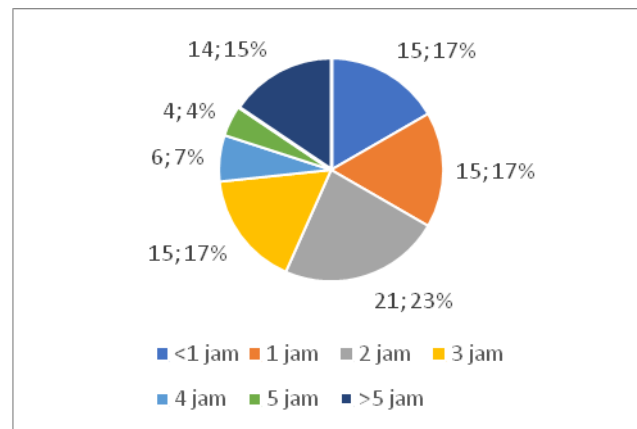
Bagan 4.2 Gambaran responden berdasarkan usia

4.1.3 Gambaran responden berdasarkan intensitas pemakaian *Instagram*

Intensitas pemakaian *Instagram* responden penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.3 dan bagan 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Gambaran responden berdasarkan intensitas pemakaian instagram

Intensitas	Jumlah	Presentase
<1 jam	15	17 %
1 jam	15	17 %
2 jam	21	23 %
3 jam	15	17 %
4 jam	6	7 %
5 jam	4	4 %
>5 jam	14	15 %



Bagan 4.3 Gambaran responden berdasarkan intensitas pemakaian Instagram

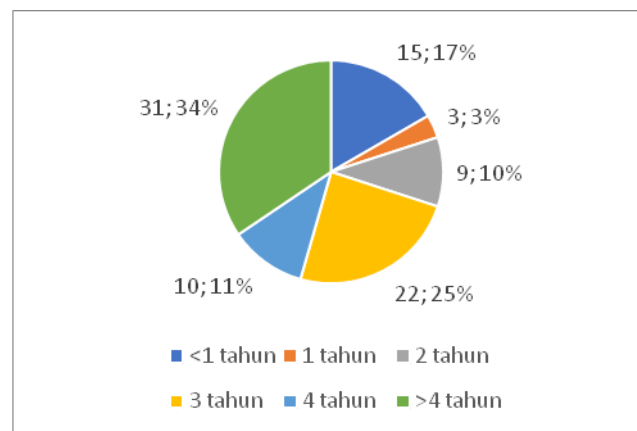
Dari bagan di atas dapat diketahui bahwa responden penelitian ini mayoritas menggunakan *Instagram* selama 2 jam dalam sehari, yaitu 21 orang (23%). Lalu, intensitas pemakaian *Instagram* yang paling lama, yaitu lebih dari 5 jam dilakukan oleh 14 orang serta intensitas pemakaian *Instagram* yang paling sebentar, yaitu kurang dari 1 jam, dilakukan oleh 15 orang.

4.1.4 Gambaran responden berdasarkan masa pakai *Instagram*

Responden dalam penelitian ini sudah memiliki *Instagram* dan aktif menggunakan *Instagram*. Berikut gambaran responden berdasarkan berapa lama responden telah menggunakan *Instagram*:

Tabel 4.4 Gambaran responden berdasarkan masa pakai instagram

Lama pakai	Jumlah	Presentase
<1 tahun	15	17 %
1 tahun	3	3 %
2 tahun	9	10 %
3 tahun	22	25 %
4 tahun	10	11 %
>4 tahun	31	34 %



Bagan 4.4 Gambaran responden berdasarkan masa pakai Instagram

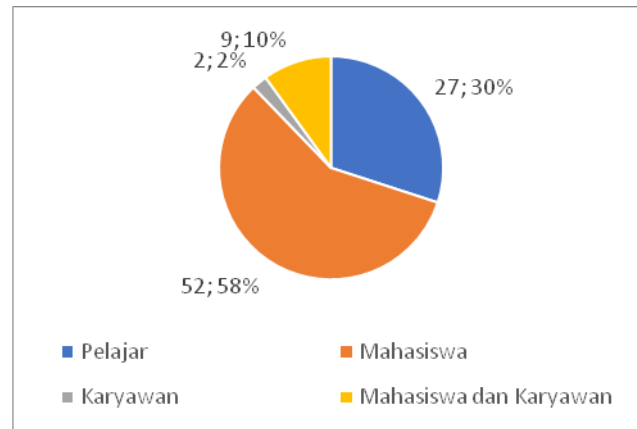
Berdasarkan bagan 4.4, mayoritas responden telah menggunakan *Instagram* selama lebih dari 4 tahun, yaitu sekitar 31 orang. Responden yang menggunakan *Instagram* kurang dari 1 tahun adalah 15 orang.

4.1.5 Gambaran responden berdasarkan pekerjaan

Berikut adalah gambaran responden berdasarkan pekerjaan yang disajikan pada tabel 4.5 dan bagan 4.5:

Tabel 4.5 Gambaran responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar	27	30 %
Mahasiswa	52	58 %
Karyawan	2	2 %
Mahasiswa dan Karyawan	9	10 %



Bagan 4.5 Gambaran responden berdasarkan pekerjaan

Berdasarkan bagan 4.5, mayoritas responden pada penelitian ini adalah mahasiswa yaitu sebanyak 52 orang diikuti oleh pelajar yang berjumlah 27 orang.

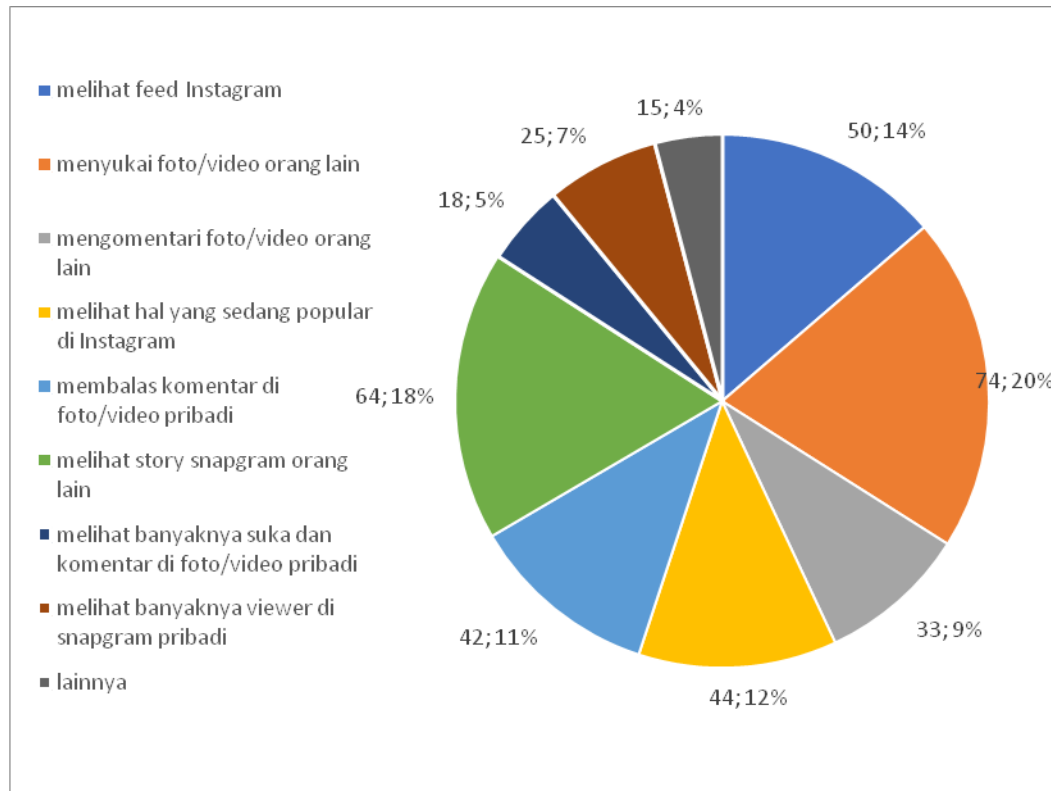
4.1.6 Gambaran responden berdasarkan aktivitas pemakaian *Instagram*

Aktivitas yang paling sering dilakukan oleh pengguna *Instagram* adalah menyukai foto/video orang lain, melihat *story snapgram* orang lain, melihat *feed Instagram*, melihat hal yang populer di *Instagram*, dan membalas komentar di foto/video pribadi. Untuk lebih jelas, disajikan pada tabel 4.6 sebagai berikut:

Tabel 4.6 Gambaran responden berdasarkan aktivitas pemakaian *instagram*

Aktivitas	Jumlah	Presentase
Melihat feed instagram	50	14 %
Menyukai foto/video orang lain	74	20 %
Mengomentari foto/video orang lain	33	9 %
Melihat hal yang sedang populer di Instagram	44	12 %
Membalas komentar di foto/video pribadi	42	11 %
Melihat story snapgram orang lain	64	18 %
Melihat banyaknya suka dan komentar di foto/video pribadi	18	5 %
Melihat banyaknya viewer di snapgram pribadi	25	7 %

Aktivitas	Jumlah	Presentase
Lainnya	15	4 %



Bagan 4.6 Gambaran responden berdasarkan aktivitas penggunaan Instagram

4.2 Prosedur Penelitian

4.2.1 Persiapan penelitian

Prosedur awal pada penelitian ini adalah dengan melihat fenomena yang terjadi di masyarakat. Diskusi dilakukan dengan dosen pembimbing untuk membahas fenomena yang ada dan dilakukan studi pendahuluan yang direkomendasikan oleh dosen pembimbing untuk memperkuat fenomena tersebut. Studi pendahuluan dilakukan dengan cara survei kepada remaja pengguna *Instagram* baik secara langsung maupun melalui *online*. Sementara data lapangan sudah didapatkan, langkah selanjutnya adalah mencari literatur dan referensi yang terkait dengan fenomena

tersebut. Setelah data lapangan dianalisis dengan mengacu pada sumber literatur dan referensi, didapatkan variabel penelitian berupa konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonisme dengan subyek penelitian pengguna *Instagram* di Jakarta. Dosen pembimbing merekomendasikan untuk mengadaptasi skala psikologis variabel gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya dikarenakan untuk menghemat waktu penelitian yang sangat terbatas. Skala psikologis gaya hidup hedonisme diadaptasi dari Siti Maisyaroh (2016) dengan tidak mengubah *item*, hanya mengubah tata bahasa tanpa mengurangi makna dan menambahkan indikator pada tiap-tiap aspek untuk lebih memperjelas variabel gaya hidup hedonisme yang diukur. Sedangkan skala psikologis variabel konformitas teman sebaya diadaptasi dari Syarifah Alawiyah (2014) dengan memodifikasi 30 *item* sesuai dengan kebutuhan penelitian. Selain itu, ditambahkan pula indikator dari tiap-tiap aspek untuk lebih memperjelas variabel konformitas teman sebaya yang diukur. Alat ukur tersebut telah didiskusikan dengan dosen pembimbing dan telah disetujui untuk selanjutnya dilakukan *expert judgement*.

Uji coba dilakukan setelah *expert judgement* untuk mengetahui validitas dan reliabilitas dari tiap-tiap alat ukur. Responden yang digunakan untuk uji coba sebanyak 30 orang dengan total *item* 43 yang terdiri dari 13 *item* gaya hidup hedonisme dan 30 *item* konformitas teman sebaya. Hasil dari uji coba tersebut adalah 2 *item* gaya hidup hedonisme dan 3 *item* konformitas teman sebaya *misfit*. Dengan demikian, instrumen final dalam penelitian ini terdiri dari 11 *item* gaya hidup hedonisme dan 27 *item* konformitas teman sebaya.

4.2.2 Pelaksanaan penelitian

Cara yang dilakukan untuk mengambil data uji coba adalah dengan menyebar skala psikologis secara *online* melalui *google form*. *Link* kuesioner disebar mulai tanggal 30 juni hingga 3 juli 2017 dan didapatkan responden sebanyak 30 orang. Setelah menguji validitas dan reliabilitas serta memperbaiki instrumen final, pengambilan data final dilakukan secara langsung dan *online*. Pada tanggal 5-6 Juli 2017 pengambilan data secara langsung dilakukan di mal dan tempat wisata. Responden yang berhasil didapatkan berjumlah 27 orang. Selanjutnya, *link* kuesioner

online disebar kembali hingga didapatkan responden dengan jumlah responden final sebanyak 90 orang.

4.3 Hasil Analisis Data Penelitian

4.3.1 Data deskriptif gaya hidup hedonisme

Secara deskriptif, hasil analisis data yang didapatkan untuk variabel gaya hidup hedonisme adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7 Data deskriptif gaya hidup hedonisme

Deskriptif	Statistik
Mean	-0,74
Median	-0.93
Standar Deviasi	1,35
Varians	1,83
Minimum	-5,61
Maksimum	2,93

Dari tabel 4.7, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata untuk variabel gaya hidup hedonisme adalah sebesar -0,74, nilai tengah sebesar -0,93, nilai penyimpangan dari nilai rata-rata adalah 1,35, jumlah kuadrat dari standar deviasi adalah 1,83. Selanjutnya nilai terendah dari variabel tersebut adalah sebesar -5,61 dan nilai yang paling tinggi adalah 2,93.

4.3.2 Data deskriptif konformitas teman sebaya

Secara deskriptif, hasil analisis data yang didapatkan untuk variabel konformitas teman sebaya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8 Data deskriptif konformitas teman sebaya

Deskriptif	Statistik
Mean	-0,45
Median	-0,48
Standar Deviasi	0,43
Varians	0,18
Minimum	-1,29
Maksimum	1,00

Dari tabel 4.8, dapat diketahui bahwa nilai rata-rata untuk variabel konformitas teman sebaya adalah sebesar -0,45, nilai tengah sebesar -0,48, nilai peyimpangan dari nilai rata-rata adalah 0,43, jumlah kuadrat dari standar deviasi adalah 0,18. Selanjutnya nilai terendah dari variabel tersebut adalah sebesar -1,29 dan nilai yang paling tinggi adalah 1,00.

4.3.3 Uji reliabilitas

Hasil uji reliabilitas final menggunakan *WINSTEP 3.73 Version* untuk skala gaya hidup hedonisme adalah 0,94 (bagus sekali) dan skala konformitas teman sebaya adalah 0,97 (istimewa).

4.3.4 Uji normalitas

Pengujian asumsi normalitas data variabel gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya dilakukan menggunakan *IBM SPSS Statistic 23*. Jika nilai p lebih besar daripada nilai α , maka penyebaran data tergolong normal. Berikut adalah hasil dari uji normalitas kedua variabel:

Tabel 4.9 Uji normalitas

Variabel	Nilai p	α
Gaya Hidup Hedonisme	0,200	0,05
Konformitas Teman Sebaya	0,094	0,05

Dapat dilihat pada tabel 4.9 bahwa nilai p dari variabel gaya hidup hedonisme lebih besar daripada nilai α . Begitu juga dengan nilai p dari variabel konformitas teman sebaya yang lebih besar daripada nilai α . Hal tersebut diasumsikan bahwa kedua variabel memiliki distribusi data yang normal.

4.3.5 Uji linieritas

Pengujian asumsi linieritas data variabel gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya dilakukan menggunakan *IBM SPSS Statistic 23*. Jika nilai p lebih kecil daripada nilai α , maka kedua variabel bersifat linier satu sama lain. Berikut adalah hasil dari uji linieritas kedua variabel:

Tabel 4.10 Uji linieritas

Variabel	Nilai p	α
Gaya Hidup Hedonisme dengan Konformitas Teman Sebaya	0,000	0,05

Dapat dilihat pada tabel 4.10 bahwa nilai p dari kedua variabel lebih kecil daripada nilai α . Hal tersebut diasumsikan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang bersifat linier satu sama lain.

4.3.6 Uji hipotesis

Penelitian ini menggunakan uji analisis regresi satu prediktor. Hipotesis yang diuji adalah hipotesis H_0 , yaitu tidak terdapat pengaruh yang signifikan konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme remaja pengguna *Instagram* di Jakarta. Uji hipotesis dilakukan menggunakan *IBM SPSS Statistic 23* dan hasilnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11 Korelasi

	Koefisien korelasi	p	α
Korelasi konformitas teman sebaya dengan gaya hidup hedonisme	0,384	0,000	0,05

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa besarnya koefisien korelasi adalah 0,384 dengan nilai $p=0,000$. Nilai p 0,000 lebih kecil daripada signifikansi α 0,05. Artinya, terdapat korelasi yang signifikan antara variabel konformitas teman sebaya dengan gaya hidup hedonisme.

Tabel 4.12 Model Summary

R	R Square	Adjust R Square	Std. Error of the Estimate
0,384	0,147	0,137	1,25658

Berdasarkan Tabel 4.12, hasil perhitungan indeks korelasi ganda (R) adalah 0,384 dengan *R Square* sebesar 0,147. Oleh karena hanya ada dua variabel, maka besarnya koefisien korelasi dan indeks korelasi ganda (R) adalah sama, yaitu 0,384. Dari nilai *R Square* dapat diketahui pula kualitas model regresi yang dibentuk oleh interaksi variabel bebas dan variabel terikat. Dengan nilai *Adjust R Square* sebesar 0,137, maka dapat diinterpretasikan bahwa variabel konformitas teman sebaya memiliki pengaruh kontribusi sebesar 13,7% terhadap variabel gaya hidup hedonisme sedangkan 86,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel konformitas teman sebaya.

Tabel 4.13. Uji signifikansi keseluruhan

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	23,964	1	23,964	15,177	0,000
Residual	138,952	88	1,579		
Total	162,916	89			

Kriteria pengujian:

$F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai $p < 0,05$ = H_0 ditolak

$F_{hitung} < F_{tabel}$ dan nilai $p > 0,05$ = H_0 diterima

Berdasarkan hasil analisis regresi, dapat diketahui nilai F hitung yang diperoleh adalah sebesar 15,177 dengan nilai F tabel (dengan df 1:88) adalah 3,95. Artinya, F hitung 15,177 lebih besar daripada F tabel 3,95. Sementara itu, nilai $p=0,000$ lebih kecil daripada nilai $\alpha=0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dengan hasil berupa terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme remaja pengguna *Instagram* di Jakarta.

Tabel 4.14 Uji persamaan regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-0,196	0,192		-1,026	0,308
konformitas	1,198	0,308	0,384	3,896	0,000

a. Dependent Variable: hedonisme

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa konstanta variabel gaya hidup hedonisme adalah -0,196, sedangkan koefisien regresi variabel konformitas teman sebaya adalah 1,198. Dengan demikian, persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$\text{Gaya hidup hedonisme} = -0,196 + 1,198 \text{ konformitas teman sebaya}$$

Interpretasi dari persamaan tersebut adalah jika gaya hidup hedonisme mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka variabel konformitas juga akan mengalami perubahan sebesar 1,198. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa pengaruh konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme bersifat positif.

4.4 Pembahasan

Berdasarkan uji hipotesis menggunakan analisis regresi satu prediktor, H_0 pada penelitian ini ditolak. Artinya, terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme remaja pengguna *Instagram* di Jakarta. Dengan kata lain, hasil uji hipotesis sesuai dengan teori dinamika hubungan yang telah dipaparkan pada bab 2 serta penelitian terdahulu yang menyatakan terdapat hubungan yang positif. Dinamika hubungan konformitas teman sebaya dengan gaya hidup hedonisme yang telah dipaparkan pada bab 2 menjelaskan bahwa peran teman sebaya yang kuat pada remaja memungkinkan remaja untuk mengikuti apa yang dilakukan oleh teman sebaya mereka, termasuk gaya hidup. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor sosial normatif. Remaja cenderung mengikuti apa yang teman sebayanya lakukan agar diterima dan disukai oleh teman sebayanya. Jika teman sebaya mereka menunjukkan gaya hidup hedonisme, maka orang tersebut besar kemungkinannya untuk memiliki gaya hidup hedonisme pula.

Aktivitas penggunaan *Instagram* yang dijelaskan oleh Yang (2016) yaitu, *IG Interaction*, *IG Browsing*, dan *IG Broadcasting* memperkuat gambaran gaya hidup hedonisme pada penelitian ini. Responden pada penelitian ini mengarah kepada aktivitas *IG Interaction* dan *IG Browsing*. Aktivitas *IG Interaction* yang dilakukan adalah menyukai foto/video orang lain, mengomentari foto/video orang lain, dan membalas komentar di foto/video pribadi. Sedangkan untuk *IG Browsing* adalah melihat *feed Instagram*, melihat banyaknya *viewer* di *snappgram* pribadi, melihat banyaknya suka dan komentar di *Instagram* pribadi, melihat story *snappgram* orang lain, dan melihat hal yang sedang populer di *Instagram*. Selanjutnya, data temuan di lapangan menjelaskan bahwa remaja pengguna *Instagram* cenderung mengikuti rekomendasi tempat yang sedang *tren* di *Instagram* dan akan mengunjungi bersama dengan teman-teman mereka. Alasan lainnya adalah remaja memposting foto/video ke *Instagram* agar bisa dilihat orang lain, pamer, mengikuti tren, dan untuk kesenangan. Hal-hal tersebut berkaitan dengan karakteristik gaya hidup hedonisme.

Selanjutnya, temuan menarik dari penelitian ini adalah konformitas teman sebaya memberikan pengaruh sebanyak 13,7% terhadap gaya hidup hedonisme,

sedangkan 86,3% sisanya dipengaruhi faktor lain seperti, karakteristik remaja (kepribadian), kesepian, simbol status, sikap, pengalaman dan pengamatan, konsep diri, motif, persepsi, keluarga, kelas sosial, kebudayaan. Pengaruh yang dihasilkan konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme bersifat positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi konformitas teman sebaya, semakin tinggi pula gaya hidup hedonisme.

Teori mengenai peran teman sebaya yang dijelaskan oleh Hewstone, Fincham, & Foster (2005) yang menyatakan bahwa dalam fase ini, remaja menghabiskan waktunya bersama dengan teman sebaya dan lebih fokus kepada relasi teman sebaya sebagai bagian yang penting di dalam identitasnya. Papalia (2014) juga menjelaskan enam peran teman sebaya bagi remaja, yaitu: (1) Sumber penting dari dukungan emosi, (2) Sumber tekanan bagi perilaku, (3) Sumber afeksi, simpati, pemahaman, dan penuntun moral, (4) Tempat bagi sebuah eksperimen, dan (5) Pengaturan untuk mencapai otonomi serta kemandirian dari orang tua. Berdasarkan teori tersebut, peran teman sebaya sangat penting pada masa remaja sebagai sumber informasi bagi perilaku. Dengan kata lain, secara teori konformitas teman sebaya pada masa remaja seharusnya memiliki tingkat konformitas yang tinggi sedangkan pada hasil penelitian tingkat konformitas teman sebaya berada pada tingkat yang rendah, yaitu sebanyak 51% responden.

Lebih lanjut, dijelaskan juga oleh Papalia (2014) bahwa pengaruh teman sebaya normalnya memuncak pada usia 12 hingga 13 tahun dan menurun selama pertengahan dan akhir masa remaja. Curtis (2015) juga menjelaskan bahwa remaja awal usia 11-13 tahun sudah dapat berpikir abstrak dan mulai memiliki keterlibatan dengan teman sebaya. Sedangkan remaja tengah usia 14-17 tahun memiliki keterlibatan dengan kelompok teman sebaya yang sangat dominan dan mulai berkurang serta digantikan dengan hubungan romantis setelah memasuki usia remaja akhir, yaitu 18-21 tahun. Menanggapi teori tersebut, gambaran responden berdasarkan usia ditelusuri dan hasilnya adalah 28% responden berusia 20 tahun, 25% responden berusia 21 tahun, 17% berusia 15 tahun, 9% berusia 17 tahun, 7% berusia 16 tahun, dan 5% berusia 18 tahun. Dengan demikian, didapati data bahwa mayoritas

responden pada penelitian ini adalah remaja akhir yang berusia 20 dan 21 tahun dimana pada masa tersebut peran teman sebaya telah menurun.

4.5 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan waktu penelitian menjadi hambatan dalam melakukan penelitian ini, yaitu kurang lebih hanya memakan waktu 2 bulan semenjak pencarian literatur hingga penyusunan laporan penelitian. Hal ini berdampak pada pengkajian teori, pengumpulan data, dan penganalisaan hasil penelitian.

Literatur atau referensi yang digunakan pada penelitian ini sangat terbatas dikarenakan keterbatasan waktu untuk mengkaji teori-teori terkait variabel gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya. Hal ini berdampak pada analisa hubungan antar variabel serta temuan lapangan yang dihasilkan dari studi pendahuluan yang mungkin hasil analisisnya tidak terlalu tajam dan tidak kaya akan data penelitian.

Pada saat pengumpulan data, penelitian ini hanya mampu mengumpulkan responden final sebanyak 90 orang dan responden uji coba sebanyak 30 orang. Dalam pelaksanaannya, terdapat 54 orang responden lainnya namun tidak sesuai dengan karakteristik responden pada penelitian ini, yaitu tidak tinggal di Jakarta dan masa pakai *Instagram*nya kurang dari 6 bulan. Selain itu, mayoritas responden pada penelitian ini adalah dewasa muda atau remaja akhir. Hal tersebut berdampak pada hasil penelitian ini, yaitu konformitas teman sebaya yang rendah dan gaya hidup hedonisme yang rendah pada remaja pengguna *Instagram*.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil uji hipotesis dan pembahasan pada bab 4, dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini terdapat pengaruh konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme pengguna *Instagram* di Jakarta.

5.2 Implikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran teman sebaya sesuai dengan fase perkembangan remaja, yaitu remaja awal, tengah, dan akhir mempengaruhi konformitas. Konformitas teman sebaya pada remaja akan terjadi secara signifikan dan kuat pada saat remaja awal hingga remaja tengah dan akan menurun ketika menginjak usia remaja akhir. Artinya, semakin bertambah usia remaja, semakin menurun tingkat konformitas teman sebaya.

Konformitas teman sebaya yang tinggi mempengaruhi gaya hidup hedonisme yang tinggi, sebaliknya konformitas teman sebaya yang rendah mempengaruhi gaya hidup hedonisme yang rendah. Pada penelitian ini, konformitas teman sebaya berpengaruh sebesar 13,7% terhadap gaya hidup hedonisme.

Aktivitas-aktivitas yang dilakukan remaja di *Instagram* yang menjadi data kontrol pada penelitian ini ternyata berkaitan dengan gaya hidup hedonisme. Artinya, gaya hidup hedonisme bisa dipengaruhi atau diprediksi oleh aktivitas penggunaan *Instagram*.

Secara keseluruhan, penelitian ini berimplikasi pada tingkat konformitas teman sebaya, aktivitas penggunaan *Instagram* yang terkait dengan gaya hidup hedonisme, dan tingkat gaya hidup hedonisme remaja pengguna *Instagram* di Jakarta. Gaya hidup hedonisme yang tinggi pada remaja bisa berdampak pada jati diri remaja tersebut.

Jika mulai dari masa remaja sudah terbentuk jati diri dengan perilaku gaya hidup hedonisme yang tinggi, maka remaja tersebut akan menganggap gaya hidup hedonisme sebagai suatu hal yang wajar. Oleh karena itu, tidak menutup kemungkinan remaja tersebut akan melakukan berbagai hal untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup hedonisme sekalipun berkaitan dengan hal-hal yang berisiko seperti berutang, melakukan hal yang ekstrem, hingga berujung pada kematian.

5.3 Saran

5.3.1 Bagi penelitian selanjutnya

1. Berdasarkan hasil pembahasan pada bab 4, penelitian ini menunjukkan bahwa konformitas teman sebaya mempengaruhi gaya hidup hedonisme. Artinya, penelitian selanjutnya dapat meneliti mengenai faktor lain yang belum dipakai pada penelitian ini.
2. Penelitian selanjutnya dapat memperkaya data penelitian dengan mengkaji lebih banyak teori dan penelitian yang relevan dengan gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya dikarenakan pada penelitian ini kajian literatur dan teori sangat terbatas.
3. Aktivitas penggunaan *Instagram* bisa dijadikan sebagai variabel kontrol. Dengan demikian penelitiannya menjadi: pengaruh konformitas teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme remaja di Jakarta dikontrol dengan aktivitas penggunaan *Instagram*.
4. Penelitian ini hanya menggunakan responden sebanyak 90 orang, maka dari itu disarankan untuk lebih mempersiapkan penelitian dan memperbanyak jumlah responden. Selain itu, karena pada penelitian ini mayoritas responden adalah remaja akhir, maka disarankan untuk menyeimbangkan jumlah responden antara remaja awal, tengah, dan akhir.
5. Responden remaja pada penelitian ini tidak mengkhususkan pada satu fase remaja saja. Untuk penelitian selanjutnya, bisa dilakukan perbandingan tingkat konformitas antara remaja awal, tengah, dan akhir dan atau tingkat gaya hidup hedonisme antara remaja awal, tengah, dan akhir.

5.3.2 Bagi orang tua, remaja, dan pengamat *Instagram*

Instagram memiliki dampak yang positif dan negatif bagi penggunanya. Remaja yang menggunakan *Instagram* akan terkena dampaknya secara langsung maupun tidak langsung. Jika konten-konten yang ada di *Instagram* mengarah pada hal yang negatif lalu diikuti dengan konformitas teman sebaya, maka kecenderungan untuk mengikuti hal yang negatif tersebut sangat besar. Konformitas teman sebaya akan menjadi hal yang sangat baik apabila diikuti dengan hal-hal yang baik pula. Dalam hal ini, ada baiknya remaja lebih memfokuskan kepada konten-konten yang bersifat positif dibandingkan konten-konten yang bersifat negatif agar teman sebaya mereka mengikuti ke arah yang baik.

Selanjutnya, saran untuk orang tua adalah ada baiknya mengawasi anak-anak mereka dalam menggunakan *Instagram* serta memperhatikan bagaimana cara anak-anak mereka bersosialisasi dengan teman sebayanya.

Terakhir, bagi pengamat *Instagram* atau orang yang sangat berpengaruh kepada hal-hal yang sedang *popular* di *Instagram* mungkin bisa dipertimbangkan untuk lebih memperkaya konten *popular Instagram* dengan hal-hal yang berkaitan dengan karya positif. Misalnya, lomba musik dan video kreatif, fotografi, poster, dan sebagainya. Hal tersebut lebih baik daripada memunculkan hal-hal *popular* yang bersifat hedonisme atau kesenangan semata.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawiyah, Syarifah. (2014). *Pengaruh konformitas terhadap konsep diri pengguna tren hijab pada remaja* (Skripsi) Universitas Mercu Buana.
- Alonzo, A. (2016). 9 cafe di bogor yang diciptakan untuk para penggemar *Instagram*. Retrieved from <https://www.qraved.com/journal/blog/9-cafe-di-bogor-yang-diciptakan-untuk-para-penggemar-Instagram/>. Diakses pada tanggal 31 Mei 2017.
- Ash, L. (2017). 'Aksi maut' anak muda rusia demi popularitas media sosial. Retrieved from <http://www.bbc.com/indonesia/trensosial-39362867>. diakses pada tanggal 31 Juli 2017.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2016). *Infografis penetrasi & perilaku pengguna internet Indonesia survei 2016*. Retrieved from <https://apjii.or.id/survei2017/download/uKRP0vxYA28J4EmUtyj6eoOnZpL9iH>. Diakses pada tanggal 31 Mei 2017.
- Azwar, S. (2005). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Azwar, S. (2013). *Dasar-dasar Psikometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. (2016). *Kamus besar bahasa indonesia daring*. (2016). Retrieved from <https://kbbi.kemdikbud.go.id>. Diakses pada tanggal 30 Mei 2017.
- Curtis, A. C. (2015). Defining adolescence. *Journal of Adolescent and Family Health*, 7(2), 2.
- Disya, O. (2017). *Kenapa sih kita cenderung suka ikut-ikutan tren kekinian? Ternyata begini alasannya*. Retrieved from <https://www.yukepo.com/sains/kenapa-sih-kita-cenderung-suka-ikut-ikutan-tren-kekinian-ternyata-begini-alasannya>. Diakses pada tanggal 8 Juli 2017.

- Evriyani, R. W. (2013). *Hubungan antara konformitas pada kelompok sebaya dengan perilaku merokok pada siswa kelas xi mesin otomatis smk islam sudirman ungaran* (Skripsi) Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga.
- Fairfield University. (2017). Social Media Handbook. Retrieved from https://www.fairfield.edu/hostedfiles/documents/mc_social_media_manual.pdf. Diakses pada tanggal 9 Juli 2017.
- Fajrina, H. N. (2016). *Ada 22 juta pengguna aktif Instagram dari Indonesia*. Retrieved from <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/20160623112758-185-140353/ada-22-juta-pengguna-aktif-Instagram-dari-indonesia/#>. Diakses pada tanggal 30 Mei 2017.
- Fitriyani, N. N. (2016). *Hubungan antara konformitas dengan gaya hidup hedonism*. (Skripsi thesis) Universitas Muhammadiyah Surakarta. (Abstrak).
- Hartati, S. U. S. (2013). *Hubungan bentuk konformitas teman sebaya terhadap tipe perilaku merokok pada remaja laki-laki usia pertengahan di sman 97 Jakarta* (Skripsi) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Herlyana, E. (2014). Fenomena Coffee Shop sebagai Gejala Gaya Hidup Baru Kaum Muda. *Jurnal Thaqaifiyyat*, 13(1), 187-204.
- Hewstone, M., Fincham, F. D., & Foster, J. (2005). *Psychology*. BPS Blackwell: Wiles.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia. (2015). *Infodatin pusat data informasi kementerian dan kesehatan ri: situasi kesehatan reproduksi remaja*. Retrieved from <http://www.depkes.go.id/resources/download/pusdatin/infodatin/infodatin%20reproduksi%20remaja-ed.pdf>. Diakses pada tanggal 23 Mei 2017.
- King, L. A. (2012). *The Sciende of Psychology: An Appreciative View*. Jakarta: Salemba Humanika. – (Terj. Brian Marwensdy, S.Psi).

- Kusumastuti, A. (2006). *Hubungan antara konsep diri dan konformitas dengan kecenderungan gaya hidup hedonisme pada remaja klub mobil trakinaz* (Skripsi thesis) Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A., & Zickuhr, K. (2010). Social Media & Mobile Internet Use among Teens and Young Adults. Millennials. *Pew internet & American life project*.
- Lestari, E. S., Silviandari, I. A., & Widyasari, S. D. (2012). *Hubungan antara gaya hidup hedonisme dengan kecenderungan impulse buying produk pakaian imitasi pada pria homoseksual di malang raya*.
- Maisyaroh, Siti. (2016). *Hubungan harga diri dan gaya hidup hedonis terhadap kecenderungan pembelian kompulsif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN maliki malang* (Skripsi) Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Martha, Hartati, S., & Setyawan, I. (2010). *Correlation among self-esteem with a tendency hedonism lifestyle of students at diponegoro university* (Undergraduate thesis) Universitas Diponegoro.
- Mayfield, A. (2008). *What is social media*. Retrieved from http://www.au.af.mil/au/awc/awcgate/jfq/mayfield_strat_for_soc_media.pdf. Diakses pada tanggal 31 Mei 2017.
- Mediamasha.com. (2015). *Fitur-fitur yang ada pada Instagram*. Retrieved from <http://www.mediamasha.com/2015/10/fitur-fitur-yang-ada-pada-Instagram.html>. Diakses pada tanggal 30 Mei 2017.
- Myers, D. G. (2010). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika – (Terj. Aliya Tusyani, Lala Septiani Sembiring, Petty Gina Gayatri, dan Putri Nurdina Sofyan).
- Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). Psychological meaning of money dengan gaya hidup hedonisme remaja di kota malang. In *Makalah disajikan dalam Psikologi Forum UMM Press, ISBN* (pp. 978-979).

- Naeli, U. F., Lestari, S., & Supriyono, Y. (2014). *Hubungan antara konformitas dengan kecenderungan gaya hidup hedonisme pada hijabers community di kota malang*. Retrieved from <http://psikologi.ub.ac.id/old/wp-content/uploads/sites/3/2014/11/HUBUNGAN-ANTARA-KONFORMITAS-DENGAN-KECENDERUNGAN-GAYA-HIDUP-HEDONISME-PADA-HIJABERS-COMMUNITY-DI-KOTA-MALANG.pdf>. Diakses pada tanggal 31 Mei 2017.
- Ningrum, U. Y. (2011). *Perilaku konsumtif terhadap produk pakaian distro ditinjau dari konformitas pada siswi smk abdi negara muntilan*.
- Papalia, D. E., & Feldman, R. D. (2014). *Experience Human Development 12th ed*. Jakarta: Salemba Humanika. – (Terj, Fitriana Wuri Herarti).
- Pontania, A. (2016). *Hubungan antara konsep diri dengan gaya hidup hedonisme pada siswa sma negeri 4 surakarta* (Doctoral dissertation) Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Priastuti, D. P., Pratiwi, A., & Supriyono, Y. (n.d) *Hubungan Konformitas Teman Sebaya Dengan Intensi Pemilihan Jurusan Kuliah Pada Siswa Kelas Xi Di Sma Negeri 3 Malang*.
- Rahmalisa, D. L. (2015). *Hubungan antara konformitas terhadap teman sebaya dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa* (Other thesis) Prodi Psikologi Unika Soegijapranata. (Abstrak).
- Rangkuti, A. A., Wahyuni, L. D. (2016). *Modul Analisis Data Penelitian Kuantitatif Berbasis Classical Test Theory dan Item Response Theory (Rasch Model)*. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.
- Rebecca. (2017). 15 tempat nongkrong #Instagramable di Jakarta. Retrieved from <https://www.decodeko.co.id/blog/tempat-nongkrong-Instagramable-di-jakarta/>
- Rianton, R. (2013). Hubungan antara konformitas kelompok teman sebaya dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiwa kab. Dhamasraya di yogyakarta. *EMPATHY Jurnal Fakultas Psikologi*, 2(1).

- Rully, B. (2017). *Tren skip challenge di kalangan remaja, pantaskah ini disebut permainan?.* Retrieved from <https://hype.idntimes.com/viral/rully-bunga/tren-passed-out-challenge-di-kalangan-remaja-pantaskah-ini-disebut-permainan/full>. diakses pada tanggal 31 Juli 2017
- Samiadi, L. A., (2017). *Fitur 'like' pada media sosial berpengaruh pada psikologi remaja.* Retrieved from <https://hellosehat.com/fitur-like-pada-media-sosial-berpengaruh-pada-psikologi-remaja/>. Diakses pada tanggal 9 Juli 2017.
- Sangadji, W. M., & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian.* Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Saputro, D. W. (2014). *Hubungan antara relasi pertemanan dengan gaya hidup hedonisme pada eksekutif muda* (Doctoral dissertation) Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Setyanti, C. A. (2017). *Studi: Sosial media yang paling buruk untuk kesehatan mental* Retrieved from. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170530100419-255-218160/studi-sosial-media-yang-paling-buruk-untuk-kesehatan-mental/>. Diakses pada tanggal 31 Juli 2017.
- Sumintono, B., & Widhiarso, W. (2013). *Aplikasi Model Rasch untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial.* Cimahi: Trim Komunikata Publishing House.
- TekoNeko. (2016). *Mau eksis? Pahami dulu 30 istilah dan singkatan dalam Instagram beserta artinya [update].* Retrieved from <https://tekoneko.net/istilah-dalam-Instagram/>. Diakses pada tanggal 30 Mei 2017.
- Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI. (2014). *Panduan optimalisasi media sosial untuk kementerian perdagangan RI.* Retrieved from <http://www.kemendag.go.id/files/pdf/2015/01/15/buku-media-sosial-kementerian-perdagangan-id0-1421300830.pdf>. Diakses pada tanggal 18 April 2017.

- Trimartati, N. (2014). Studi kasus tentang gaya hidup hedonisme mahasiswa bimbingan dan konseling universitas Ahmad dahlan. *Psikopedagogia*, 3(1), hal 20-28.
- Utari, M. (2017). Pengaruh media sosial *Instagram* akun @princessyahrini terhadap gaya hidup hedonisme para followersnya. *JOM Fisip*, 4(2), hal. 1-22.
- Widhiarso, W. (2010). Pengembangan Skala Psikologi: Lima Kategori Respons ataukah Empat Kategori Respons?. Retrieved from http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/wp/pengembangan_skala_psikologi-lima_kategori_respons_ataukah_empat_kategori_respons. Diakses pada tanggal 10 Juli 2017.
- Yang, Chia-Chen. (2016). Instagram use, loneliness, and social comparison orientation: interact and browse on social media, but don't compare. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 703-708.

LAMPIRAN

STUDI PENDAHULUAN

Survei Aktivitas Penggunaan Instagram

a. Identitas Responden

Nama Panggilan :

Usia :

Jenis Kelamin :

Akun *Instagram* :

Pekerjaan :

b. Aktivitas Penggunaan *Instagram*

Silakan isi pertanyaan berikut ini dan berikan tanda silang (X) pada kolom yang sudah disediakan.

1. Konten apa yang biasa kamu unggah ke *Instagram*?
2. Apa tujuan kamu mengunggah foto/video di *Instagram*?
3. Selain mengunggah foto/video di *Instagram*, apa yang kamu lakukan?
 - () melihat *feed Instagram*
 - () menyukai foto/video orang lain
 - () mengomentari foto/video orang lain
 - () melihat hal yang sedang populer di *Instagram*
 - () membalas komentar di foto/video pribadi
 - () melihat *story snapgram* orang lain
 - () melihat banyaknya suka dan komentar di foto/video pribadi

- () melihat banyaknya *viewer* di *snapgram* pribadi
 () lainnya: _____
4. Sudah berapa lama kamu menggunakan *Instagram*? (sebutkan dalam tahun dan bulan)
5. Berapa jam dalam sehari kamu menggunakan *Instagram*?
6. Apa fungsi *Instagram* bagi kamu?
7. Jika mengunjungi tempat yang *Instagrammable*, apakah kamu berkenan untuk berfoto di sana dan mengunggahnya ke *Instagram*?
- () Ya
 () Tidak
 Alasan: _____
- Jika Ya, apa yang akan kamu cantumkan di foto tersebut?
- () Mencantumkan lokasi (tag location)
 () Mencantumkan nama akun tempat tersebut (tag account)
 Alasan: _____
8. Jika sedang berkumpul dengan teman, apakah kamu senang membahas hal-hal yang sedang tren di *Instagram*?
- () Ya
 () Tidak
 Alasan: _____
9. Jika mengunggah foto bersama teman, apakah kamu akan menggunakan fitur *tag people* untuk mencantumkan akun *Instagram* teman kamu?
- () Ya
 () Tidak
 () Alasan: _____
10. Jika ada tempat *nongkrong* rekomendasi teman yang sedang tren, apakah kamu berkenan mengunjungi tempat tersebut?
- () Ya

() Tidak

() Alasan: _____

Jika Ya, bersama siapa kamu akan mengunjungi tempat tersebut?

() sendiri

() dengan orang yang merekomendasikan tempat tersebut

() dengan teman yang lain

11. Tempat apa yang paling sering kamu kunjungi yang kamu unggah foto/video nya ke *Instagram*?
12. Menurut kamu, tempat seperti apa yang cocok untuk dikunjungi bagi para pengguna *Instagram*?
13. Menurut kamu, apakah tempat *nongkrong* seperti kafe atau *coffee shop* sangat penting untuk para pengguna *Instagram*?

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Instrumen skala untuk uji coba

Instrumen Penelitian

a. Identitas Responden

Nama Panggilan :

Usia :

Jenis Kelamin :

Akun *Instagram* :

Pekerjaan :

b. Aktivitas Penggunaan *Instagram*

Silakan isi pertanyaan berikut ini dan berikan tanda silang (X) pada kolom yang sudah disediakan.

1. Selain mengunggah foto/video di *Instagram*, apa yang kamu lakukan?

() melihat *feed Instagram*

() menyukai foto/video orang lain

() mengomentari foto/video orang lain

() melihat hal yang sedang populer di *Instagram*

() membalas komentar di foto/video pribadi

() melihat *story snapgram* orang lain

() melihat banyaknya suka dan komentar di foto/video pribadi

() melihat banyaknya *viewer* di *snapgram* pribadi

() lainnya: _____

2. Sudah berapa lama kamu menggunakan *Instagram*? (sebutkan dalam tahun dan bulan)

3. Berapa jam dalam sehari kamu menggunakan *Instagram*?

c. Instrumen Penelitian – Skala Gaya Hidup Hedonisme

Berikut ini akan diberikan beberapa pernyataan. Anda diminta untuk memberikan penilaian sesuai dengan kondisi Anda saat ini. Tidak ada jawaban benar dan salah di dalam setiap pertanyaan. Pilihan jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Silakan beri tanda silang (X) pada kolom jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda di sebelah kanan pernyataan. Berikut contohnya:

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya senang dengan kucing			X	

Pada contoh di atas, dipilih jawaban TS yang artinya pemilih jawaban tidak setuju dengan pernyataan “Saya senang dengan kucing”.

Jika Anda sudah mengerti cara mengerjakannya, silakan kerjakan dengan cermat dan teliti pernyataan di bawah ini. Mohon dipastikan tidak ada pernyataan yang terlewatkan.

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya lebih berminat menggunakan handphone model terbaru daripada model lama				
2	Saya lebih banyak menghabiskan waktu bersama teman untuk jalan-jalan				

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
3	Menurut saya, berpenampilan menarik itu nampak pada barang apa yang dikenakan				
4	Saya menghabiskan waktu luang dengan berbelanja di mall				
5	Ketika melihat baju yang saya suka di toko online <i>Intagram</i> saya berminat untuk langsung membelinya				
6	Saya lebih suka <i>nongkrong</i> di kafe atau di mall dengan teman-teman				
7	Saya lebih suka makan di restoran daripada makan di warung				
8	Saya berminat untuk mengoleksi barang-barang bermerek mahal				
9	Memiliki produk pakaian yang mahal tidaklah perlu				
10	Saya suka berpakaian sesuai tren				
11	Barang yang saya miliki harus barang yang bermerek				
12	Produk yang bermerek membuat saya percaya diri				
13	Saya tidak tertarik dengan barang-barang yang murah				

d. Instrumen Penelitian – Skala Konformitas Teman Sebaya

Berikut ini akan diberikan beberapa pernyataan. Anda diminta untuk memberikan penilaian sesuai dengan kondisi Anda saat ini. Tidak ada jawaban benar dan salah di dalam setiap pertanyaan. Pilihan jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Silakan beri tanda silang (X) pada kolom jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda di sebelah kanan pernyataan. Berikut contohnya:

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya senang dengan kucing			X	

Pada contoh di atas, dipilih jawaban TS yang artinya pemilih jawaban tidak setuju dengan pernyataan “Saya senang dengan kucing”.

Jika Anda sudah mengerti cara mengerjakannya, silakan kerjakan dengan cermat dan teliti pernyataan di bawah ini. Mohon dipastikan tidak ada pernyataan yang terlewatkan.

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya selalu berkumpul dengan teman-teman saya yang menggunakan <i>Instagram</i> meskipun saya tidak menyukainya.				
2	Apabila pendapat saya berbeda dengan teman kelompok, maka lebih baik saya tidak mengungkapkannya				
3	Saya akan berusaha untuk tetap mempertahankan pendapat dari teman kelompok saya				
4	Saya suka mengikuti hal-hal yang sedang populer di <i>Instagram</i>				

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
5	Mengikuti postingan <i>Instagram</i> teman-teman membuat saya tidak merasa bosan				
6	Dst...				

2. Analisis data statistik SPSS/Rasch

Gaya hidup hedonisme

Unidimensionalitas gaya hidup hedonisme

TABLE 23.0 Hedonisme ZOU126WS.TXT Jul 10 13:09 2017
 INPUT: 30 Person 13 Item REPORTED: 30 Person 13 Item 4 CATS WINSTEPS 3.73

Table of STANDARDIZED RESIDUAL variance (in Eigenvalue units)				
		-- Empirical --		Modeled
Total raw variance in observations	=	24.3	100.0%	100.0%
Raw variance explained by measures	=	11.3	46.5%	46.5%
Raw variance explained by persons	=	3.0	12.4%	12.4%
Raw Variance explained by items	=	8.3	34.1%	34.1%

Validitas uji coba gaya hidup hedonisme

TABLE 10.1 Hedonisme ZOU126WS.TXT Jul 10 13:09 2017
 INPUT: 30 Person 13 Item REPORTED: 30 Person 13 Item 4 CATS WINSTEPS 3.73

Person: REAL SEP.: 1.51 REL.: .70 ... Item: REAL SEP.: 3.38 REL.: .92

Item STATISTICS: MISFIT ORDER

ENTRY	TOTAL	TOTAL		MODEL	INFIT		OUTFIT		PT-MEASURE		EXACT	MATCH	
NUMBER	SCORE	COUNT	MEASURE	S.E.	MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD	CORR.	EXP.	OBS%	EXP%	Item
13	102	30	-2.41	.29	1.75	2.5	2.12	3.1	A .08	.43	43.3	56.5	UF13
2	75	30	-.62	.24	1.59	2.2	1.74	2.7	B .04	.51	40.0	48.2	2
12	61	30	.24	.26	1.22	.9	1.51	1.9	C .39	.50	46.7	49.2	12
9	57	30	.51	.26	1.26	1.1	1.19	.8	D .46	.50	40.0	50.7	UF9
11	45	30	1.48	.31	1.08	.4	.96	.0	E .61	.44	56.7	60.8	11
6	63	30	.11	.25	.98	.0	.95	-.1	F .58	.51	43.3	49.4	6
1	88	30	-1.41	.25	.96	-.1	.93	-.2	G .43	.49	43.3	49.6	1
8	54	30	.73	.27	.80	-.8	.76	-.9	f .67	.49	56.7	50.8	8
5	64	30	.05	.25	.75	-1.1	.73	-1.2	e .62	.51	60.0	49.3	5
7	56	30	.58	.27	.72	-1.2	.69	-1.3	d .65	.49	53.3	50.6	7
3	62	30	.18	.25	.68	-1.5	.67	-1.5	c .66	.51	50.0	49.3	3
4	49	30	1.12	.29	.67	-1.3	.64	-1.4	b .71	.47	73.3	54.8	4
10	74	30	-.56	.24	.61	-1.9	.61	-1.9	a .59	.51	70.0	47.8	10
MEAN	65.4	30.0	.00	.27	1.01	-.1	1.04	.0			52.1	51.3	
S.D.	15.3	.0	1.01	.02	.35	1.4	.45	1.6			10.5	3.6	

Reliabilitas uji coba gaya hidup hedonisme

SUMMARY OF 13 MEASURED Item								
	TOTAL SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT		OUTFIT	
					MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	65.4	30.0	.00	.27	1.01	-.1	1.04	.0
S.D.	15.3	.0	1.01	.02	.35	1.4	.45	1.6
MAX.	102.0	30.0	1.48	.31	1.75	2.5	2.12	3.1
MIN.	45.0	30.0	-2.41	.24	.61	-1.9	.61	-1.9
REAL RMSE	.29	TRUE SD	.97	SEPARATION	3.38	Item	RELIABILITY	.92
MODEL RMSE	.27	TRUE SD	.97	SEPARATION	3.65	Item	RELIABILITY	.93
S.E. OF Item MEAN = .29								
UMEAN=.0000 USCALE=1.0000								
Item RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = -1.00								
390 DATA POINTS. LOG-LIKELIHOOD CHI-SQUARE: 780.36 with 346 d.f. p=.0000								
Global Root-Mean-Square Residual (excluding extreme scores): .6924								

Konformitas teman sebaya

Unidimensionalitas konformitas teman sebaya

TABLE 23.0 D:\Skripsi\UJICOBA\Data Mentah Konfor ZOU756WS.TXT Jul 10 13:08 2017
 INPUT: 30 Person 30 Item REPORTED: 30 Person 30 Item 4 CATS WINSTEPS 3.73

Table of STANDARDIZED RESIDUAL variance (in Eigenvalue units)			
		-- Empirical --	Modeled
Total raw variance in observations	=	52.9 100.0%	100.0%
Raw variance explained by measures	=	22.9 43.3%	43.6%
Raw variance explained by persons	=	2.9 5.4%	5.5%
Raw Variance explained by items	=	20.0 37.8%	38.1%

Validitas uji coba konformitas teman sebaya

TABLE 10.1 D:\Skripsi\UJICOB\A>Data Mentah Konfor ZOU502W5.TXT Jul 9 20:21 2017													
INPUT: 30 Person 30 Item REPORTED: 30 Person 30 Item 4 CATS WINSTEPS 3.73													

Person: REAL SEP.: 1.53 REL.: .70 ... Item: REAL SEP.: 3.83 REL.: .94													

Item STATISTICS: MISFIT ORDER													

ENTRY	TOTAL	TOTAL		MODEL	INFIT	OUTFIT	PT-MEASURE	EXACT MATCH					
NUMBER	SCORE	COUNT	MEASURE	S.E.	MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD	CORR.	EXP.	OBS%	EXP%	Item
29	85	30	-1.28	.26	1.77	2.7	1.86	2.9	A-.16	.35	33.3	52.7	29
26	51	30	1.00	.28	1.64	2.4	1.55	2.1	B .29	.32	46.7	51.1	UF26
1	63	30	.15	.26	1.47	1.9	1.47	1.8	C .32	.35	50.0	50.9	1
25	63	30	.15	.26	1.26	1.1	1.24	1.0	D .41	.35	50.0	50.9	UF25
22	93	30	-1.84	.27	1.15	.7	1.25	1.0	E-.13	.34	56.7	53.6	22
28	87	30	-1.42	.26	1.24	1.0	1.24	1.0	F-.11	.35	50.0	53.0	28
20	103	30	-2.66	.31	1.21	.9	1.22	.9	G-.04	.31	50.0	54.0	UF20
30	50	30	1.00	.28	1.19	.8	1.18	.8	H .18	.32	46.7	51.8	30
8	56	30	.63	.27	1.13	.6	1.11	.5	I .33	.34	70.0	51.5	UF8
23	42	30	1.83	.33	1.12	.5	.99	.1	J .59	.27	76.7	62.7	23
15	61	30	.28	.26	1.06	.4	1.11	.5	K .28	.35	56.7	51.2	UF15
24	89	30	-1.55	.27	1.10	.5	1.09	.5	L .31	.35	50.0	53.1	24
11	73	30	-.50	.25	.99	.1	.99	.0	M .33	.36	36.7	48.5	11
12	57	30	.56	.27	.99	.0	.97	-.1	N .25	.34	53.3	50.6	12
19	68	30	-.18	.25	.97	.0	.98	.0	O .26	.36	36.7	49.2	UF19
2	67	30	-.11	.25	.96	-.1	.97	-.1	o .39	.36	56.7	49.4	2
21	41	30	1.95	.35	.96	.0	.81	-.6	n .60	.26	73.3	66.0	21
14	50	30	1.00	.28	.92	-.3	.87	-.5	m .67	.32	66.7	51.8	14
3	72	30	-.43	.25	.88	-.4	.90	-.3	l-.03	.36	33.3	48.4	3
5	73	30	-.50	.25	.86	-.5	.87	-.5	k .62	.36	46.7	48.5	5
13	67	30	-.11	.25	.87	-.5	.87	-.5	j .50	.36	40.0	49.4	13
18	65	30	.02	.26	.83	-.7	.84	-.6	l .61	.35	50.0	49.9	18
6	46	30	1.43	.30	.79	-.8	.75	-1.0	h .54	.30	53.3	53.9	6
27	49	30	1.16	.29	.77	-.9	.75	-1.0	g .42	.31	60.0	52.7	UF27
7	51	30	1.00	.28	.76	-1.0	.74	-1.1	f .64	.32	70.0	51.1	7
16	65	30	.02	.26	.76	-1.1	.75	-1.1	e .42	.35	56.7	49.9	UF16
4	69	30	-.24	.25	.74	-1.1	.74	-1.1	d .58	.36	56.7	49.0	4
10	75	30	-.63	.25	.61	-1.8	.61	-1.8	c .42	.36	56.7	49.2	10
9	49	30	1.16	.29	.57	-2.0	.58	-1.9	b .48	.31	60.0	52.7	UF9
17	96	30	-2.07	.28	.54	-2.2	.53	-2.3	a .24	.33	80.0	52.6	17

MEAN	65.9	30.0	.00	.27	1.00	.0	.99	.0			54.1	52.0	
S.D.	16.3	.0	1.14	.02	.28	1.2	.29	1.2			11.9	3.7	

Reliabilitas uji coba konformitas teman sebaya

SUMMARY OF 30 MEASURED Item

	TOTAL		MODEL	INFIT	OUTFIT			
	SCORE	COUNT	MEASURE	ERROR	MNSQ	ZSTD	MNSQ	ZSTD
MEAN	65.9	30.0	.00	.27	1.00	.0	.99	.0
S.D.	16.3	.0	1.14	.02	.28	1.2	.29	1.2
MAX.	103.0	30.0	1.95	.35	1.77	2.7	1.86	2.9
MIN.	41.0	30.0	-2.66	.25	.54	-2.2	.53	-2.3

REAL RMSE	.29	TRUE SD	1.10	SEPARATION	3.83	Item	RELIABILITY	.94
MODEL RMSE	.27	TRUE SD	1.11	SEPARATION	4.05	Item	RELIABILITY	.94
S.E. OF Item MEAN	= .21							

UMEAN=.0000 USCALE=1.0000

Item RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = -1.00

900 DATA POINTS. LOG-LIKELIHOOD CHI-SQUARE: 1783.80 with 839 d.f. p=.0000

Global Root-Mean-Square Residual (excluding extreme scores): .6771

PENELITIAN

1. Instrumen skala final

Instrumen Penelitian

a. Identitas Responden

Nama Panggilan :

Usia :

Jenis Kelamin :

Akun *Instagram* :

Pekerjaan :

b. Aktivitas Penggunaan *Instagram*

Silakan isi pertanyaan berikut ini dan berikan tanda silang (X) pada kolom yang sudah disediakan.

1. Selain mengunggah foto/video di *Instagram*, apa yang kamu lakukan?
 - () melihat *feed Instagram*
 - () menyukai foto/video orang lain
 - () mengomentari foto/video orang lain
 - () melihat hal yang sedang populer di *Instagram*
 - () membalas komentar di foto/video pribadi
 - () melihat *story snapgram* orang lain
 - () melihat banyaknya suka dan komentar di foto/video pribadi
 - () melihat banyaknya *viewer* di *snapgram* pribadi
 - () lainnya: _____
2. Sudah berapa lama kamu menggunakan *Instagram*? (sebutkan dalam tahun dan bulan)
3. Berapa jam dalam sehari kamu menggunakan *Instagram*?

c. Instrumen Penelitian – Skala Gaya Hidup Hedonisme

Berikut ini akan diberikan beberapa pernyataan. Anda diminta untuk memberikan penilaian sesuai dengan kondisi Anda saat ini. Tidak ada jawaban benar dan salah di dalam setiap pertanyaan. Pilihan jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Silakan beri tanda silang (X) pada kolom jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda di sebelah kanan pernyataan. Berikut contohnya:

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya senang dengan kucing			X	

Pada contoh di atas, dipilih jawaban TS yang artinya pemilih jawaban tidak setuju dengan pernyataan “Saya senang dengan kucing”.

Jika Anda sudah mengerti cara mengerjakannya, silakan kerjakan dengan cermat dan teliti pernyataan di bawah ini. Mohon dipastikan tidak ada pernyataan yang terlewatkan.

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya lebih berminat menggunakan handphone model terbaru daripada model lama				
3	Menurut saya, berpenampilan menarik itu nampak pada barang apa yang dikenakan				
4	Saya menghabiskan waktu luang dengan berbelanja di mall				

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
5	Ketika melihat baju yang saya suka di toko online <i>Intagram</i> saya berminat untuk langsung membelinya				
6	Dst...				

d. Instrumen Penelitian – Skala Konformitas Teman Sebaya

Berikut ini akan diberikan beberapa pernyataan. Anda diminta untuk memberikan penilaian sesuai dengan kondisi Anda saat ini. Tidak ada jawaban benar dan salah di dalam setiap pertanyaan. Pilihan jawaban yang tersedia adalah sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Silakan beri tanda silang (X) pada kolom jawaban yang sesuai dengan kondisi Anda di sebelah kanan pernyataan. Berikut contohnya:

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya senang dengan kucing			X	

Pada contoh di atas, dipilih jawaban TS yang artinya pemilih jawaban tidak setuju dengan pernyataan “Saya senang dengan kucing”.

Jika Anda sudah mengerti cara mengerjakannya, silakan kerjakan dengan cermat dan teliti pernyataan di bawah ini. Mohon dipastikan tidak ada pernyataan yang terlewatkan.

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
2	Apabila pendapat saya berbeda dengan teman kelompok, maka lebih baik saya tidak mengungkapkannya				
3	Saya akan berusaha untuk tetap mempertahankan pendapat dari teman kelompok saya				
4	Saya suka mengikuti hal-hal yang sedang populer <i>Instagram</i>				
5	Mengikuti postingan <i>Instagram</i> teman-teman membuat saya tidak merasa bosan				
6	Saya menggunakan <i>Instagram</i> agar tidak dijauihi oleh teman-teman				
7	Dst...				

2. Analisis data statistik SPSS/Rasch

Gaya hidup hedonisme

Reliabilitas final gaya hidup hedonisme

SUMMARY OF 11 MEASURED (NON-EXTREME) Item								
	TOTAL SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT MNSQ	ZSTD	OUTFIT MNSQ	ZSTD
MEAN	194.3	90.0	.00	.16	1.00	.0	1.03	.1
S.D.	27.2	.0	.67	.01	.19	1.3	.26	1.7
MAX.	254.0	90.0	.91	.17	1.43	2.7	1.57	3.4
MIN.	159.0	90.0	-1.43	.15	.74	-2.0	.69	-2.3
REAL RMSE	.17	TRUE SD	.65	SEPARATION	3.92	Item	RELIABILITY	.94
MODEL RMSE	.16	TRUE SD	.65	SEPARATION	4.07	Item	RELIABILITY	.94
S.E. OF Item	MEAN = .21							

UMEAN=.0000 USCALE=1.0000
 Item RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = -1.00
 979 DATA POINTS. LOG-LIKELIHOOD CHI-SQUARE: 1890.00 with 878 d.f. p=.0000
 Global Root-Mean-Square Residual (excluding extreme scores): .6688

Konformitas teman sebaya

SUMMARY OF 27 MEASURED Item								
	TOTAL SCORE	COUNT	MEASURE	MODEL ERROR	INFIT MNSQ	ZSTD	OUTFIT MNSQ	ZSTD
MEAN	202.1	90.0	.00	.15	1.01	.0	1.03	.1
S.D.	45.5	.0	.93	.02	.25	1.7	.27	1.8
MAX.	299.0	90.0	1.94	.20	1.60	3.3	1.65	3.9
MIN.	121.0	90.0	-1.92	.13	.67	-2.7	.66	-2.8
REAL RMSE	.16	TRUE SD	.92	SEPARATION	5.87	Item	RELIABILITY	.97
MODEL RMSE	.15	TRUE SD	.92	SEPARATION	6.25	Item	RELIABILITY	.98
S.E. OF Item MEAN = .18								
UMEAN=.0000 USCALE=1.0000 Item RAW SCORE-TO-MEASURE CORRELATION = -1.00 2430 DATA POINTS. LOG-LIKELIHOOD CHI-SQUARE: 5175.26 with 2312 d.f. p=.0000 Global Root-Mean-Square Residual (excluding extreme scores): .7309								

Uji normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
konformitas	,086	90	,094	,974	90	,072
hedonisme	,074	90	,200*	,979	90	,158

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
hedonisme	-,7356	1,35297	90
konformitas	-,4499	,43306	90

Correlations

		hedonisme	konformitas
Pearson Correlation	hedonisme	1,000	,384
	konformitas	,384	1,000
Sig. (1-tailed)	hedonisme	.	,000
	konformitas	,000	.
N	hedonisme	90	90
	konformitas	90	90

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	konformitas ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: hedonisme

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,384 ^a	,147	,137	1,25658

a. Predictors: (Constant), konformitas

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	23,964	1	23,964	15,177	,000 ^b
	Residual	138,952	88	1,579		
	Total	162,916	89			

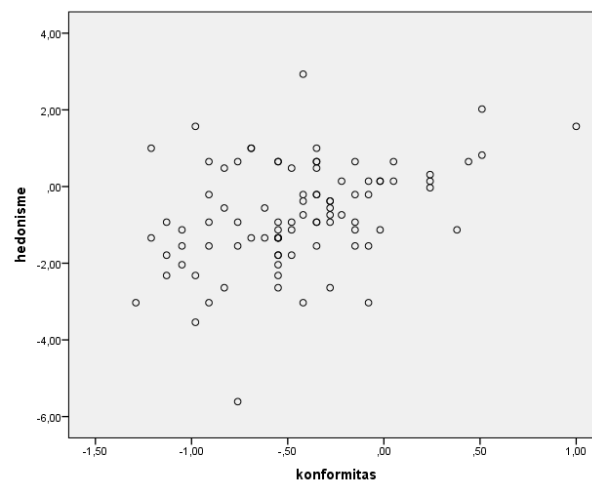
a. Dependent Variable: hedonisme

b. Predictors: (Constant), konformitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,196	,192		-1,026	,308
	konformitas	1,198	,308	,384	3,896	,000

a. Dependent Variable: hedonisme

Graph

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Maryatul Qibtiyah, lahir dan besar di Jakarta, pada tanggal 22 Juli 1994. Pernah bersekolah di STM Negeri Pembangunan Jakarta atau yang sekarang menjadi SMK Negeri 26 Pembangunan Jakarta. Memiliki minat yang tinggi akan teknologi tetapi juga tertarik untuk mempelajari psikologi manusia. Berawal dari keinginan untuk belajar mengenai diri sendiri, akhirnya memutuskan untuk meninggalkan pekerjaan sebagai admin technical support dan melanjutkan studi psikologi dengan beasiswa dari BIDIKMISI.

Menjalani studi selama 4 tahun sebagai mahasiswa BIDIKMISI, memberikan tantangan tersendiri untuk bisa memberikan kontribusi, baik sebagai mahasiswa maupun sebagai masyarakat intelektual yang dapat mengimplementasikan dan mensinergikan ilmu secara aplikatif.

Tahun 2017 mengikuti program AIESEC sebagai Exchange Participant dengan kesempatan mengunjungi negara Sri Lanka selama 45 hari. Pengalaman luar biasa yang tidak bisa didapatkan jika tidak mengenal dan berada di UNJ. Berinteraksi langsung dengan *foreigner* untuk membahas isu mengenai kewirausahaan dan berkontribusi secara penuh dalam mengampanyekan pentingnya kewirausahaan bagi masyarakat Sri Lanka.

Korespondensi: maryatulqibtiyah@live.com