



Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif pada Remaja di Jereweh Kabupaten Sumbawa Barat

Eka Shophia Mardyanti*, Masyhuri, Sumitro

Program Studi Pendidikan Sosiologi, FKIP, Universitas Mataram, Jalan Majapahit No. 62, Gomong, Kecamatan Selaparang, Kota Mataram, Indonesia 83125.

Email Korespondensi: ekashophia4@gmail.com

Abstrak

Gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif pada remaja merupakan fenomena sosial yang semakin berkembang dan berpengaruh terhadap kehidupan sosial mereka. Namun, penelitian terdahulu umumnya masih membahas gaya hidup hedonis secara umum, tanpa mengkaji secara spesifik faktor-faktor yang mempengaruhinya, dampak perilaku konsumtif terhadap kehidupan sosial, serta bentuk perilaku hedonis dan konsumtif yang dominan pada konteks wilayah tertentu. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada remaja di Jereweh, Kabupaten Sumbawa Barat sebagai objek kajian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis, mengidentifikasi dampak perilaku konsumtif terhadap kehidupan sosial remaja, serta mengidentifikasi aspek perilaku hedonis dan perilaku konsumtif yang paling dominan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh dari subjek dan informan penelitian yang dipilih melalui teknik purposive sampling, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 10 remaja yang menjadi subjek penelitian, 5 remaja menunjukkan perilaku hedonis yang ditandai dengan kebiasaan membeli barang bermerek dan sering mengunjungi kafe tanpa mempertimbangkan anggaran. Sementara itu, 5 remaja lainnya menunjukkan perilaku konsumtif tingkat sedang, seperti membeli pakaian secara rutin meskipun tidak dibutuhkan serta membeli barang karena adanya diskon. Faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis meliputi faktor internal dan eksternal. Dampak perilaku konsumtif meliputi dampak positif berupa peningkatan interaksi sosial dan kepercayaan diri, serta dampak negatif berupa perilaku pemborosan dan menurunnya stabilitas finansial.

Kata kunci: Gaya Hidup; Hedonis; Perilaku Konsumtif; Remaja.

In Vitro Study of Cytotoxicity Test of Liquid Coconut Shell Smoke Gel on Periodontal Ligament

Abstract

Hedonistic lifestyles and consumptive behavior among adolescents are social phenomena that are increasingly developing and influencing their social lives. However, previous studies have generally discussed hedonistic lifestyles in a general manner, without specifically examining the factors that influence them, the impact of consumptive behavior on social life, and the dominant forms of hedonistic and consumptive behavior within a specific regional context. Therefore, this study focuses on adolescents in Jereweh, West Sumbawa Regency, as the object of analysis. This study aims to analyze the factors influencing hedonistic lifestyles, identify the impact of consumptive behavior on adolescents' social lives, and determine the most dominant aspects of hedonistic and consumptive behavior. This research employs a qualitative approach using a case study method. Data were obtained from research subjects and informants selected through purposive sampling, with data collection techniques including interviews, observations, and documentation. Data analysis was conducted using the Miles and Huberman model, which consists of data reduction, data display, and conclusion drawing. The results show that out of ten adolescents who participated as research subjects, five exhibited hedonistic behavior characterized by the habit of purchasing branded products and frequently visiting cafés without considering their budget. Meanwhile, the other five adolescents demonstrated a moderate level of consumptive behavior, such as regularly purchasing clothing despite not needing it and buying items due to discounts. The factors influencing hedonistic lifestyles include internal and external factors. The impacts of consumptive behavior include positive effects, such as increased social interaction and self-confidence, as well as negative effects, including wasteful behavior and decreased financial stability.

Keywords: Lifestyle; Hedonistic Lifestyle; Consumptive Behavior; Adolescents.

How to Cite: Mardyanti, E. S., Masyhuri, M., & Sumitro, S. (2026). Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif pada Remaja di Jereweh Kabupaten Sumbawa Barat. *Empiricism Journal*, 7(1), 13-26. <https://doi.org/10.36312/jxypyc62>



<https://doi.org/10.36312/jxypyc62>

Copyright© 2026, Mardyanti et al.

This is an open-access article under the CC-BY-SA License.



PENDAHULUAN

Remaja merupakan fase perkembangan yang ditandai dengan pencarian identitas diri, proses eksplorasi, serta kecenderungan untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosial dan tren yang berkembang (Santrock, 2019). Pada fase ini, remaja cenderung lebih sensitif terhadap pengaruh sosial, sehingga rentan menunjukkan pola perilaku tertentu, salah satunya adalah gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Hedonisme dipahami sebagai pandangan hidup yang menempatkan kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan utama tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang (Featherstone, 2020). Sementara itu, perilaku konsumtif merujuk pada kecenderungan individu untuk membeli dan menggunakan barang atau jasa secara berlebihan yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan mendasar (Salomon, 2019). Sejalan dengan hal tersebut, Sumartono (2021) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan penggunaan produk secara berlebihan yang lebih didorong oleh keinginan dibandingkan pertimbangan rasional.

Perilaku konsumtif pada remaja terus mengalami perkembangan seiring dengan perubahan gaya hidup dan pengaruh globalisasi. Salah satu faktor yang mendorong munculnya perilaku konsumtif adalah gaya hidup yang mengadopsi nilai-nilai budaya Barat. Chaney, sebagaimana dikutip dalam Fransisca dan Suyasa (2019), menyatakan bahwa perilaku konsumtif muncul akibat gaya hidup modern yang ditandai dengan keberadaan pusat perbelanjaan yang menawarkan berbagai merek luar negeri, menjamurnya restoran cepat saji, serta keberadaan kafe yang kerap dijadikan ruang sosial bagi remaja untuk bersosialisasi. Kondisi ini mendorong remaja untuk mengonsumsi produk dan layanan tertentu sebagai bagian dari upaya membangun citra diri di lingkungan sosialnya.

Meskipun kajian mengenai gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif remaja telah banyak dilakukan sebagai konsekuensi dari modernisasi dan perkembangan teknologi, sebagian besar penelitian tersebut masih memposisikan hedonisme sebagai orientasi individu terhadap pencarian kesenangan semata (Moeliono, 2021) serta memandang perilaku konsumtif sebagai pemenuhan dorongan emosional yang tidak selalu didasarkan pada kebutuhan rasional (Hurlock, 2021). Dalam kajian perilaku konsumen, Kotler (2021) menjelaskan bahwa gaya hidup dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal, seperti sikap, konsep diri, motif, keluarga, serta lingkungan sosial. Pandangan ini diperkuat oleh Rianton (2021) yang menegaskan bahwa kelompok referensi dan keluarga memiliki peran penting dalam membentuk pola konsumsi dan gaya hidup remaja. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut umumnya berfokus pada pendekatan individual dan ekonomi serta banyak dilakukan di wilayah perkotaan. Hingga saat ini, masih terbatas kajian yang menempatkan gaya hidup hedonis remaja sebagai bagian dari kebutuhan akan pengakuan sosial dalam relasi pertemanan, khususnya melalui konsumsi simbolik atau penggunaan atribut bermerek (labelitas) sebagai sarana pembentukan identitas dan status sosial. Kekosongan kajian ini semakin terlihat dalam konteks masyarakat lokal, seperti di Kecamatan Jereweh, Kabupaten Sumbawa Barat, yang memiliki karakter sosial dan kultural berbeda dengan wilayah perkotaan.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti pada tanggal 10 Juli 2025 di salah satu kafe di wilayah Jereweh, ditemukan indikasi gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif di kalangan remaja. Dari sekitar delapan remaja yang diamati, tiga di antaranya menunjukkan kecenderungan gaya hidup hedonis yang tercermin dari penampilan fisik dan penggunaan aksesoris bermerek. Beberapa remaja terlihat mengenakan sepatu dan tas bermerek terkenal, seperti Adidas Samba, serta busana dengan gaya skena yang sedang populer dan viral di media sosial. Selain itu, lima remaja yang diamati menggunakan smartphone merek iPhone, mulai dari seri iPhone 13 hingga iPhone 15, dengan kisaran harga mencapai belasan juta rupiah. Pemilihan kafe dengan citra eksklusif dan harga menu yang relatif tinggi juga mengindikasikan adanya upaya pencitraan diri serta penegasan status sosial melalui konsumsi simbolik.

Temuan observasi tersebut diperkuat melalui wawancara yang dilakukan pada 18 Juli 2025 di Kecamatan Jereweh, Kabupaten Sumbawa Barat. Hasil wawancara menunjukkan adanya pola perilaku hedonis dan konsumtif yang cukup menonjol, khususnya pada remaja yang telah bekerja dan memiliki penghasilan sendiri. Salah satu informan berinisial PR (21 tahun), seorang pekerja swasta dengan penghasilan sekitar lima juta rupiah per bulan, mengungkapkan bahwa dirinya merasa telah berada pada taraf gaya hidup hedonis dengan

mengikuti berbagai tren yang berkembang. PR menyatakan bahwa lingkungan pertemanan yang didominasi oleh penggunaan smartphone bermerek iPhone mendorong dirinya untuk membeli dan menggunakan merek yang sama sebagai bentuk penyesuaian sosial. Selain itu, wawancara dengan informan FL (20 tahun), karyawan swasta dengan penghasilan sekitar enam juta rupiah per bulan, menunjukkan adanya perilaku konsumtif yang berkaitan dengan pembelian produk perawatan kulit bermerek serta pakaian dan jilbab yang sedang tren dan viral di media sosial. Pembelian dilakukan secara berulang, tidak semata-mata didasarkan pada kebutuhan, melainkan untuk menunjang penampilan dan kepercayaan diri.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penelitian ini difokuskan pada kajian gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif remaja di Kecamatan Jereweh, Kabupaten Sumbawa Barat. Fokus penelitian mencakup faktor-faktor yang memengaruhi gaya hidup hedonis, dampak perilaku konsumtif terhadap kehidupan sosial remaja, serta aspek-aspek perilaku hedonis dan konsumtif yang paling dominan ditunjukkan oleh remaja. Hal ini didasarkan pada karakteristik remaja, khususnya remaja yang telah bekerja, yang memiliki kecenderungan ketergantungan dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan, sehingga berpotensi memengaruhi kondisi finansial, relasi sosial, serta kestabilan emosional dalam pengambilan keputusan konsumsi.

METODE

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena penelitian ini akan menggambarkan suatu permasalahan secara alamiah dari analisis kasus gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif remaja yang berdampak pada kehidupan sosial dan akademik siswa. Hal ini sesuai dengan pendapat Moleong (2021) bahwa penelitian pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi tindakan, secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk katakata dan bahasa, serta suatu konteks khusus yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah. metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Studi Kasus.

Metode studi kasus metode ini dipilih karena peneliti akan mengkaji lebih spesifik dan lebih leluasa secara cermat terkait dengan gaya hidup hedonis dan faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis, sehingga mempengaruhi kehidupan sosial remaja. Hal ini berkenaan dengan pendapat dari Rukminingsih et al. (2020), bahwa studi kasus merupakan jenis penelitian di mana di dalamnya peneliti menganalisa secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu.

Jenis data digunakan data primer dan sekunder. Data primer ialah data yang didapat secara langsung oleh peneliti seperti percakapan atau kata-kata catatan dari wawancara serta hasil observasi. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh bukan langsung dari sumber utama, melainkan dari hasil penyajian pihak lain seperti artikel dan jurnal yang relevan yang berkaitan dengan faktor yang mempengaruhi gaya hidup hedonis, dampak perilaku konsumtif dan aspek-aspek yang paling dominan ditunjukkan oleh remaja dijereweh kabupaten sumbawa Barat.

Sumber data diambil dari subjek penelitian dan informan penelitian yang ditentukan dengan teknik purposive sampling sehingga subjek yang dipilih yaitu remaja (usia 19-21 tahun) yang sudah memiliki penghasilan sendiri Terlibat dalam gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif yang ditunjukkan melalui observasi awal atau informasi dari informan kunci. Remaja yang memiliki barang bermerek dan bernilai tinggi yang dibeli dari penghasilan sendiri (misalnya, smartphone di atas Rp 10 juta, sepatu di atas Rp 500 ribu, baju atau outfit di atas Rp 350 ribu, produk skincare mahal, atau sering menghabiskan uang untuk hiburan, nongkrong di cafe shop). Menunjukkan indikasi adanya dampak perilaku konsumtif terhadap kondisi finansial (misalnya, kesulitan menabung, sering berutang, atau pengeluaran tidak terkontrol) atau kehidupan sosial (misalnya, tekanan sosial, perubahan pola interaksi). Sedangkan informan penelitian yaitu Seorang Camat yang menjabat saat ini, ahli ekonomi ahli sosiologi. Kemudian data dikumpulkan dengan wawancara semi struktur, observasi terus terang atau tersamar dan dokumentasi. Kemudian untuk mengkaji uji keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Lalu untuk teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis

kualitatif Miles and Huberman yang meliputi tiga tahapan yaitu data reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verification.

Informan dan Pemilihan Partisipan

Dalam menentukan subjek penelitian, teknik yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Dalam penelitian ini, subjek penelitian yang akan digunakan yaitu para remaja yang terlibat dalam gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif. Dengan terlebih dahulu mencocokkan kriteria dengan subjek yang akan diteliti. Adapun kriteria subjek dalam penelitian ini yaitu:

- a. Remaja (usia 19-21 tahun) memiliki penghasilan sendiri.
- b. Terlibat dalam gaya hidup hedonisme dan perilaku konsumtif.
- c. Memiliki barang bermerek dan bernilai tinggi yang dibeli dari penghasilan sendiri.
- d. Menunjukkan indikasi adanya dampak perilaku konsumtif terhadap kondisi finansial.

Adapun dalam menentukan kriteria informan dalam penelitian, peneliti menggunakan Teknik *Purposive sampling*, yakni orang tersebut dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin ia sebagai orang yang memiliki peran penting sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2019). Berdasarkan pemaparan diatas maka pertimbangan informan yang dijadikan acuan oleh peneliti adalah:

- a. Seorang Camat yang menjabat saat ini
- b. Ahli ekonomi
- c. Ahli sosiologi.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan diterapkan meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Adapun penjelasan mengenai teknik-teknik tersebut yaitu:

1. Dalam penelitian jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara Semi-Terstruktur yang dimana peneliti akan tetap menyusun sebuah pertanyaan akan tetapi memiliki kebebasan untuk mengajukan pertanyaan lain diluar pertanyaan yang sudah dibuat dan memberikan kebebasan kepada informan untuk memberikan pengetahuan diluar pertanyaan yang telah diajukan. dengan membawa instrumen sebagai pedoman wawancara, peneliti juga menggunakan alat bantu seperti voice recorder, buku catatan wawancara, dan handphone untuk mengambil gambar (foto) ketika wawancara subjek dan informan penelitian.
2. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan observasi terus terang atau tersamar. Peneliti akan memberikan informasi mengenai maksud dan tujuan penelitian kepada sebagian subjek dan informan, Observasi akan dilakukan di berbagai lokasi relevan di Jereweh, seperti tempat kerja, tempat nongkrong, pusat perbelanjaan mini, kafe, atau tempat *hangout* remaja, pada saat peristiwa terjadi dan secara berkelanjutan selama periode penelitian.
3. dokumentasi berbentuk tulisan seperti, catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan dan kebijakan, sedangkan dokumentasi yang berbentuk gambar seperti, foto, gambar hidup dan sketsa (Sugiyono, 2019).

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif model Miles dan Huberman yang meliputi langkah-langkah sebagai berikut:

1. Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.
2. Penyajian data adalah kegiatan yang dilaksanakan dengan teks yang bersifat naratif untuk memudahkan dan memahami apa yang terjadi sehingga memudahkan pada pengumpulan data selanjutnya. Selain teks naratif juga bisa menggunakan grafik, chart, dan matrik (Sugiyono, 2011).
3. Penarikan Kesimpulan (Verifikasi) Tahapan terakhir yang dilakukan selanjutnya adalah penarikan kesimpulan. Tahapan ini merupakan interpretasi peneliti terhadap temuan yang diperoleh dari hasil wawancara atau pengumpulan dokumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup Hedonis pada Remaja di Jereweh Kabupaten Sumbawa Barat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi gaya hidup hedonis pada remaja di Jereweh, Kabupaten Sumbawa Barat.

a. Faktor internal

Faktor ini berasal dari dalam diri remaja yang meliputi: Sikap atau kecendrungan remaja ingin memiliki barang mewah karena ingin tampil keren, berkelas dihadapan teman-teman, senang dengan kualitas dan desain yang bagus, tidak ketinggalan zaman, barang mewah sebagai tanda kesuksesan, meningkatkan kepercayaan diri, lebih spesial, dan barang mewah sebagai tanda simbol sosial, persepsi, status sosial . Pengalaman dan pengamatan bersumber dari dalam diri pada remaja yang sudah pernah memiliki barang mewah namun ingin memilikinya lagi hingga menggantinya lebih dari 5 kali karena ingin tampil dengan barang yang terlihat elegan, populer, kualitas bagus, lebih nyaman dipakai, model terbaru, hobi mengoleksi, menarik, ketertarikan fitur yang canggih, dan tampilan elegan,media sosial, emosional, menunjukkan diri. Kepribadian bersumber dari dalam diri remaja yang merespon adanya suatu keinginan untuk memiliki barang yang sama sehingga menimbulkan adanya rasa terobsesi serta iri terhadap orang lain.

Konsep diri bersumber dari dalam diri remaja yang menganggap barang mewah membuat lebih percaya diri. Adapun barang mewah tersebut seperti: baju branded, tas branded, jam tangan mahal, parfum mewah, sepatu branded, dompet branded dengan kisaran harga yang dibeli dari 500 ribu hingga 2 jutaan . Motif bersumber dari dalam diri remaja yang membeli barang karena faktor gengsi dengan suatu alasan agar terlihat sukses. Persepsi bersumber dari dalam diri remaja yang mengatakan jika memiliki barang mewah akan dikagumi oleh temannya, hingga yang membuat ingin dikagumi karena remaja sudah mampu membeli barang mewah dari hasil kerja kerasnya, untuk meningkatkan kepercayaan diri, ingin dipuji, sebagai motivasi membuat remaja lebih giat dalam bekerja, adanya rasa terobsesi untuk selalu tampil oke dihadapan teman temannya. Hal itu membuat remaja menjadi bangga pada dirinya sendiri. Ingin mempunyai nilai lebih pada dirinya, adanya persaingan dikalangan yang membuat selalu ingin diapresiasi, dalam menunjukkan bahwa barang mewah bisa dibeli dari hasil jerih payah, menjadi pusat perhatian, kepuasaan diri, dan dihargai. diri, meningkatkan status sosial, semangat bekerja, tidak dipandang sebelah mata, kepercayaan diri Mengupgrade diri jadi lebih baik, lainnya, menunjukkan keberhasilan, tidak minder, dihargai, dianggap keren, dan untuk diakui.

b. Faktor eksternal

Faktor ini bersumber dari luar diri remaja yang meliputi: Kelompok referensi bersumber dari luar diri remaja yang membeli suatu barang disebabkan adanya dorongan dari teman mereka, sehingga pentingnya pengaruh pembelian suatu barang untuk diterima oleh lingkungan pertemanan, rasa tidak nyaman jika tidak ikut dan menjadi minder, dianggap ketinggalan, akan dianggap setara jika ikut membeli , Hal tersebut juga mengakibatkan adanya rasa penyesalan setelah membeli barang tersebut. dan merasa ketinggalan zaman hingga merasa bingung jika tidak membelinya. Adapun faktor eksternal keluarga dapat mempengaruhi pembelian suatu barang pada remaja. Remaja ikut membeli suatu barang karena keinginan, bisa tampil sama, merasa wajar jika ikut membeli, agar setara, sering diajak berbelanja oleh orang tua, ketertarikan dengan barangnya, mencoba ikut membeli, meniru yang dipakai orang tua, dan penilaian remaja terhadap suatu barang. Serta pengaruh keluarga dalam pembelian suatu barang berpengaruh besar terhadap pembelian karena karena selalu bersama orang tua, sebagai contoh yang ditiru, aktivitas orang tua, sebagai teladan, dan edukasi yang diberikan.

Kelas sosial dapat mempengaruhi remaja mengikuti aktivitas seperti sering nongkrong di café, dengan alasan mengikuti aktivitas tersebut karena, nongkrong bareng teman, teman bisa menghilangkan penat, menjalin silaturahmi terjalin, agar banyak kenangan dan ketenangan, menghilangkan stress, menambah mood agar tidak

ketinggalan menikmati suasana saat bersama teman, mencoba tempat terbaru untuk merasakan kenyamanan, mencoba tempat-tempat viral agar tidak boring sehingga menjadi seru dan memperbanyak moment bareng teman teman,hingga canda tawa bersama teman-teman, tentunya juga bisa posting sosial media sebagai hiburan.Serta aktivitas tersebut biasanya dilakukan pada dilakukan saat malam hari,akhir pekan,tanggal merah dan hari besar. Kebudayaan bersumber dari luar diri remaja yang membeli suatu barang mewah saat moment tertentu.Biasanya moment tersebut dibeli saat diskon atau promo akhir tahun,saat gajian, saat liburan,mendapatkan bonus,saat hari kelahiran atau ulang tahun pada remaja , menabung terlebih dahulu , serta acara - acara penting dan hari special lainnya. Serta alasan di beli dimoment tertentu agar adanya promo tentunya harga menjadi lebih murah,dan saat gajian menjadi moment terbaik bagi remaja agar bisa membeli secara cash, membuat remaja semakin bersemangat dan meningkatkan kepercayaan diri.Remaja juga membeli suatu barang mewah ditempat wisata agar tidak hampa saat pulang, biasanya dengan barang mewah lebih dihargai dan membuat kesan baik dihadapan teman-teman dan sebagai pencapaian hidup dan sesuai dengan tujuan,seperti fokus pada fashion,dan kehidupan remaja dalam bersosial media. Sebagaimana yang dijelaskan oleh subjek 1,2,3 bahwa.

“Iya, soalnya saya ingin tampil keren dan cukup penting bagi saya untuk lebih percaya diri karena dengan barang mewah saya jadi puas dan senang saja,barang mewah juga penting bagi saya buat kebanggaan diri kalau saya punya barang mewah”

Melalui penjelasan subjek 1,2,dan 3 bahwa terdapat remaja yang melihat barang mewah seperti handphone bermerk yang sedang trend membuat mereka ingin memiliki untuk memuaskan diri,sebagai kebanggan diri untuk diperlihatkan kepada teman-temannya.sedangkan mereka juga sebelumnya sudah memiliki barang mewah namun menggantinya lagi sebagaimana dijelaskan oleh subjek 4

“iya saya kan suka dengan mengoleksi jam tangan tapi sekarang saya ganti ke yang lebih trendi,penting untuk saya yang harus menjaga penampilan agar terlihat lebih oke. Punya tas branded tapi ingin menggantinya karena warna dan model lama sudah kurang menarik. Penting untuk tetap terlihat stylish. Iya saya punya beberapa tas branded tapi saya mengganti ke yang lebih terbaru karena warnanya lebih manis untuk dilihat.

Hal tersebut dapat dikatakan bahwa remaja senang membeli barang terbaru untuk menjaga penampilan hingga lebih menarik. Terdapat juga faktor dalam diri remaja yaitu kepribadian,konsep diri, motif hingga persepsi pada remaja saat melihat orang lain memiliki barang mewah ingin membelinya juga agar lebih percaya diri dan merasa gengsi jika tidak memiliki seperti yang dikatakan oleh subjek 5 dan 6 bahwa:

“Tentu saya ingin punya juga hp terbaru seperti orang lain,tentunya dengan alasan karena seperti yang kita tau hp iphone ini mempunya fitur kamera yang bagus dan kalau dipakai buat kita lebih keren”,

Hal tersebut membuat remaja merasa bahwa memiliki barang mewah akan membuat mereka terlihat berbedaa dari temannya. Adapun faktor ekternal pada remaja yang berasal dari luar diri remaja seperti kelompok referensi yang dimana subjek 7 mengatakan bahwa

“Iya,sangat berpengaruh karena tidak ingin tertinggal dan jika saya tidak membeli barang mewah tersebut membuat saya jadi minder pada teman-teman saya ”

Hal tersebut membuat remaja semakin merasa minder jika tidak memiliki barang yang sama dengan teman sebayanya. Terdapat juga faktor ekternal dari luar diri remaja yaitu keluarga,kelas sosial dan kebudayaan yang dikemukakan oleh subjek 8,9 dan 10 bahwa:

“Iya , saya terpengaruh.Saya membeli karena saya rasa gaya hidup saya harus sama dengan orang tua saya dan pengaruh orang tua itu memang cukup besar bagi saya, saya terpengaruh,.saya merasa keinginan saya tidak ada habisnya dan harus sama

dengan orang tua karena mereka selalu mengajak saya membeli sesuatu yang memang harus dibeli jika dibutuhkan oleh saya, dan pengaruhnya cukup besar”

“Iya, saya sering ikut nongkrong di café terdekat bareng circle saya, alasan ,saya melakukan aktivitas itu biar silaturahmi tetap terjalin,kadang saya melakukan aktivitas itu mulai dari jam 8 malam setelah pulang kerja kalau ada lebur.”

“Iya, Saya beli barang mewah saat gajian,biasanya dipertengahan bulan alasannya saya nunggu gajian biar tidak kredit kalau beli barang mewah”

Hasil wawancara tersebut mengatakan adanya faktor eksternal dari keluarga, kelas sosial hingga kebudayaan yang dapat mempengaruhi gaya hidup hedonis yaitu remaja dari kalangan ekonomi yang berkecukupan akan selalu tertarik membeli sesuatu yang remaja itu inginkan, dan remaja yang sering melakukan aktivitas seperti nongkrong di café menanggap hal tersebut untuk terjalinnya hubungan baik hingga remaja yang harus menunggu moment tertentu untuk bisa memiliki barang yang diinginkan walaupun dengan harga yang cukup fantastis.

Faktor-faktor yang lumrah mempengaruhi gaya hidup hedonis pada remaja di Jereweh Kabupaten Sumbawa Barat sebagaimana telah diuraikan sebelumnya terdiri atas faktor internal dan faktor eksternal. Keberadaan kedua faktor ini merupakan suatu peristiwa tidak muncul secara tiba-tiba, melainkan dipengaruhi oleh dorongan dari dalam diri individu dan pengaruh dari lingkungan luar. Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Adpriyadi dan Sudarto (2020) yang menjelaskan bahwa pembentukan sikap dipengaruhi oleh pandangan sosial dan kebutuhan psikologis individu untuk diakui, terutama dalam konteks pergaulan.

Selain sikap, pengalaman dan pengamatan juga menjadi faktor internal yang mempengaruhi gaya hidup hedonis pada remaja. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Islamy et al. (2021) yang menyatakan bahwa pengalaman masa lalu serta kebutuhan akan keberhargaan diri dapat mempengaruhi seseorang untuk membeli barang mewah, yang sering diwujudkan melalui penampilan fisik, penggunaan aksesoris, serta penerapan gaya hidup hedonisme.

Selain Faktor internal pengamatan ,terdapat faktor internal kepribadian yang dikemukakan Setianingsih (2018) yang menyatakan bahwa kepribadian merupakan karakteristik yang membedakan perilaku setiap individu, termasuk dalam memilih gaya hidup. Selain itu, konsep diri juga berpengaruh terhadap gaya hidup hedonis pada remaja. Hal ini sejalan dengan penelitian Islamy et al. (2021) yang menyatakan bahwa konsep diri mempengaruhi minat individu terhadap suatu objek karena cara seseorang memandang dirinya menjadi kerangka acuan dalam berperilaku.

Faktor internal berikutnya adalah motif. Hal ini sesuai dengan penelitian Setianingsih (2018) yang menyebutkan bahwa kebutuhan akan rasa aman dan prestise dapat memicu perilaku konsumtif yang mengarah pada gaya hidup hedonis. Temuan tersebut diperkuat oleh penelitian Seftiana et al. (2023) yang menemukan bahwa motif gengsi dan pencarian kepuasan diri mendorong individu melakukan aktivitas konsumtif seperti berbelanja, nongkrong, dan rekreasi sehingga membentuk kebiasaan hidup hedonis.

Faktor internal terakhir adalah persepsi. Hal ini sesuai dengan penelitian Aprilia dan Hami (2021) mengenai persepsi nilai mewah yang menyatakan bahwa mayoritas konsumen di Indonesia membeli produk mewah untuk meningkatkan kualitas diri dan status sosial. Persepsi remaja terhadap barang mewah berperan sebagai alat untuk memperoleh pengakuan sosial serta memberikan kepuasan pribadi, sehingga secara kuat mendukung motivasi remaja untuk diakui dan dihargai dalam lingkungan sosialnya.

Selain faktor internal, pengaruh dari lingkungan sekitar turut membentuk gaya hidup hedonis pada remaja. Salah satu faktor eksternal tersebut adalah kelompok referensi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Reynata et al. (2022) yang menyatakan bahwa kelompok referensi memiliki pengaruh besar terhadap keputusan belanja remaja. Remaja cenderung mengikuti gaya teman dengan membeli barang yang sama agar diterima di lingkungan pertemanan dan tidak merasa ketinggalan. Hasil ini juga diperkuat oleh penelitian Islamy et al. (2021) yang menyatakan bahwa gaya hidup teman dapat

mendorong remaja untuk mengikuti pola belanja yang sama, sehingga pembelian barang mewah terjadi bukan karena kebutuhan melainkan hanya untuk dihargai di lingkungan.

Faktor eksternal lainnya adalah keluarga. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Seftiana et al. (2023) yang menyatakan bahwa keluarga memiliki peran besar dalam membentuk perilaku dan gaya hidup anak. Kebiasaan yang sering dilihat di lingkungan keluarga cenderung ditiru, sehingga gaya hidup orang tua dapat diikuti oleh anak.

Selain keluarga, kelas sosial juga menjadi faktor eksternal yang mempengaruhi gaya hidup hedonis remaja. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Khairunnisa (2023) yang menyatakan bahwa kelas sosial membentuk kelompok-kelompok dengan minat dan perilaku yang sama, sehingga remaja cenderung mengikuti gaya hidup kelompoknya agar tetap diterima.

Faktor eksternal selanjutnya adalah kebudayaan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Setianingsih (2018) yang menyatakan bahwa kebudayaan membentuk kebiasaan serta pola pikir dan perilaku individu dalam masyarakat. Kebiasaan remaja dalam membeli barang mewah pada momen tertentu seperti saat diskon, gajian, liburan, atau hari spesial dapat dipahami sebagai bagian dari pola budaya yang telah terbentuk.

Dampak perilaku konsumtif terhadap kehidupan sosial remaja di jeregeh kabupaten Sumbawa Barat.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak perilaku konsumtif terhadap kehidupan sosial remaja di jeregeh kabupaten sumbawa barat meliputi dampak positif dan dampak negatif. Hal ini sebagaimana berdasarkan hasil wawancara dengan remaja di jeregeh kabupaten sumbawa barat bahwa:

Dampak positifnya berupa: Peningkatan interaksi sosial remaja barang mewah dapat mempermudah remaja berhubungan baik dengan temannya, biasanya seperti, ngobrol santai, berbagi tips, menanyakan kabar dimedia sosial, saling memaafkan saat ada salah, menyapa saat bertemu di jalan. Serta menjaga hubungan penting karena menjadi nyaman saat ngobrol, lebih percaya diri saat diskusi, kerja sama harmonis, lingkungan jadi nyaman, hubungan positif, tolong menolong, kerja sama yang baik, mendukung kesempatan, ekonomi dimasa depan, perkembangan identitas. Ekspresi diri dan kreatifitas remaja membuat konten kreatif di media sosial. Adapun konten kreatif yang dibuat seperti, outfit of the day dengan baju dan tas branded, konten review produk skincare mahal, konten foto aesthetic di cafe sambil memakai tas branded, video transisi outfit, membuat foto street style, konten breeding diri menggunakan pakaian mahal, rekomendasi mix antara pakaian branded dan pakaian lokal, konten traveling menggunakan tas branded, membuat foto katalog mini untuk promosi barang preloved. Serta Alasan membuat konten tersebut karena ingin berbagi inspirasi fashion dan meningkatkan kualitas visual profil saya, ingin memberikan informasi jujur tentang kualitas barang dan menarik followers, menampilkan gaya hidup stylish sesuai citra diri mengikuti trend dan meningkatkan kualitas diri, hobi dengan fashion, terlihat keren dan kece, edukasi barang branded bisa di styling, dan ingin menarik pembeli dan menunjukkan kondisi barang. Kepercayaan diri remaja yang membeli barang mewah membuat lebih percaya diri saat membeli barang mewah tersebut karena tidak ketinggalan dengan teman, terlihat tampil maksimal, bisa mengikuti gaya teman-teman, kualitas bagus, lebih percaya diri, mengikuti trend dan tidak minder dengan teman lainnya. Serta Perasaan remaja memiliki barang yang sama yaitu bangga, puas, perasaan terlihat berbeda dari yang lainnya, lebih pede dari sebelumnya, bersyukur, bisa lega saat memiliki, setara dan tidak ketinggalan zaman. Sebagaimana yang dijelaskan oleh subjek 3 bahwa:

“Ya, saya ada mikir barang mewah itu bisa memulai obrolan dengan teman saya, kadang saya ngobrol santai trus saling tukar info aja. Kalau menurut saya ngejaga hubungan baik dengan teman itu bisa sangat penting biar pas kerja lebih nyaman saat ngobrol juga”

Melalui penjelasan subjek 3 tersebut memberikan pemahaman bahwa dengan memiliki barang mewah memudahkan dalam berinteraksi dengan orang lain dan tidak canggung dalam memulai obrolan. Sedangkan remaja juga senang membuat konten dimedia sosial sebagaimana dijelaskan subjek 2 bahwa:

"Konten yang saya buat adalah foto estetika di kafe sambil memakai tas branded.Saya membuatnya karena ingin menampilkan gaya hidup yang stylish sesuai persona online yang sedang saya bangun".

Melalui penjelasan subjek tersebut memberikan pemahaman bahwa remaja aktif dimedia sosial untuk berekspresi diri dengan banyak hal baru yang dapat ditunjukkan berbagai macam fashion. Tidak hanya itu remaja juga membeli suatu barang mewah untuk lebih percaya diri dilingkungan sekitarnya sebagaimana yang dijelaskan oleh subjek 1 bahwa:

"iya, karena tidak ketinggalan dari teman yang kadang kalau tidak ikut beli bisa minder jadi merasa lebih bangga dan percaya diri kalau membeli barang tersebut"

Adapun penjelasan dari subjek 1 tersebut bahwa memang dengan memiliki barang mewah dapat meningkatkan kepercayaan diri pada seseorang karena nilai barangnya yang tinggi.

Dampak negatifnya berupa: Tekanan sosial dan krisis identitas pada remaja yang ingin barang mewah namun tidak dapat terpenuhi dan menjadi stres karena ingin terlihat sejajar dengan teman temannya ,sudah menabung tetapi tetap merasa belum cukup,kurang percaya diri ketika melihat orang lain memakai barang mewah,menganggap sebagai simbol kesuksesan,cemas tentang keungan,iri melihat teman punya,ekspektasi yang tinggi,tidak dihargai,sering memikirkan untuk mendapatkannya,keinginan remaja yang tidak terpenuhi. Melemahnya solidaritas sosial dan munculnya kesenjangan sosial Remaja yang memiliki dan tidak memiliki barang mewah membuat renggang karena saat memiliki barang mewah remaja dianggap sombang, oleh temannya dianggap pamer, temannya merasa tidak nyaman saat dengannya. temannya merasa tidak selevel adanya perbeda dimata temannya, tidak bisa dibanggakan, takut dianggap numpang tenar, dan adanya kesalahan tersendiri dari temannya yang menganggap bahwa temannya tidak ada kecocokan, simbol status ekonomi,ketidaksetaraan,penanda kelas sosial hingga merasa minder namun saat remaja tidak memiliki barang mewah akan dianggap tidak sekeren dulu, jarang diajak ngumpul, dianggap tidak bisa apa-apa,tidak diperhatikan,tidak menrik lagi, dianggap tidak mampu,dilupakan saat tidak memiliki barang mewah, dan dianggap kurang gaul oleh temannya.Serta keinginan remaja untuk saling membantu bekurang karena sama sama canggung saat meminta bantuan,adanya rasa malas hingga ragu, sungkan memulai duluan, tidak adanya inisiatif terlebih dahulu untuk minta bantuan, hubungan tidak lagi hangat, sama-sama tidak berani untuk memulai meminta bantuan terlebih dahulu,saling menunggu untuk berinteraksi duluan, sama-sama menahan diri karena takut terganggu, dan sama- sama takut meminta tolong.

Perilaku pemborosan dan ketergantungan emosional membuat Remaja senang untuk membeli barang tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu karena ingin mempercantik diri namun barang yang dibeli hanya sering untuk percobaan , produk yang sedang promo, menyenangkan hati, suatu hobi, mengutamakan emosional, memanjakan diri, sebagai pelampiasan diri membeli karena senang, membahagiakan diri sesaat ikutan,self reward,terlihat sama dengan kelompok. Serta yang membuat boros ialah tidak memikirkan sebelum membeli, bukan prioritas, salah beli produk,tidak ada pertimbangan saat membeli. Dampak terhadap produktivitas dan stabilitas finansial Remaja membeli barang mewah membuatnya kesulitan menabung karena takut ketinggalan oleh zaman, ingin tampil up to date, senang beli barang baru, kebiasaan membeli barang mahal, selalu ingin mengikuti trend, sulit menahan diri karena keinginan lebih tinggi,sebagaimana besar pendapatan buat barang mahal jadi males menabung. Dampak perilaku konsumtif pada remaja di Jereweh, Kabupaten Sumbawa Barat, sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, mencakup dampak positif dan dampak negatif. Dampak perilaku konsumtif merupakan akibat yang dapat bersifat positif maupun negatif terhadap kondisi ekonomi, psikologis, dan sosial individu. Sebagaimana remaja dengan membeli barang mewah menjadi kesulitan menabung s subjek dan dikemukakan oleh subjek 4 dan 5 bahwa:

"iya, saya kesulitan menabung karena harga barang yang saya pengen beli emang selalu mahal,saya itu kalau mau beli sesuatu harus sampe dibeli jadi langsung mengurangi uang yang tadinya bisa saya simpan

Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa remaja tidak akan bisa menabung jika keinganannya lebih tinggi dari kebutuhannya. Hal ini juga dirasakan oleh semua subjek jika salah satu teman dari mereka akan canggung jika tidak memiliki barang yang sama dengan temannya, hingga biasanya remaja membeli barang karena trend yang bersifat sementara dan sehingga mereka harus membeli barang untuk terpenuhinya keinginan bukan kebutuhan seperti yang dikatakan oleh subjek 6 dan 7 bahwa:

“ya, baik saat saya punya barang mewah maupun tidak, hubungan saya tetap jadi renggang. Ketika punya barang mewah, teman-teman menjauh karena mengira saya sombang. Tapi saya suka beli arang brended kelihatan berkualitas dipakek padahal tidak saya pakek tiap hari terus saya beli kadang gengsi aja gak punya hehe”

Dampak perilaku konsumtif terhadap kehidupan sosial remaja di Jereweh Kabupaten Sumbawa Barat sebagaimana telah diuraikan sebelumnya terdiri atas dampak positif dan dampak negatif. Secara umum, perilaku konsumtif pada remaja tidak hanya dipandang sebagai perilaku yang berdampak negatif, tetapi juga memiliki sisi positif dalam aspek sosial dan psikologis. Hal ini sesuai dengan pendapat Solomon (2018), konsumsi tidak hanya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi sarana komunikasi sosial dan pembentukan makna diri.

Selain itu, perilaku konsumtif juga berkaitan dengan ekspresi diri remaja. Hal ini sejalan dengan pendapat Belk (1988) yang menyatakan bahwa konsumsi berfungsi sebagai sarana untuk mengekspresikan diri dan membangun citra diri di hadapan lingkungan sosial. Melalui konsumsi simbolik, individu dapat memperoleh pengakuan serta menunjukkan identitas dirinya dalam kelompok sosial. Temuan serupa juga disampaikan oleh Ward dan Wackman (1971) yang menjelaskan bahwa konsumsi pada remaja memiliki fungsi ekspresif dalam proses pembentukan identitas.

Selain itu terdapat dampak positif terhadap kepercayaan diri remaja yang dikemukakan oleh Robinson et al. (2024) menunjukkan adanya hubungan antara perilaku konsumtif dan *self-esteem* pada remaja, di mana konsumsi tertentu dapat meningkatkan persepsi diri secara positif. Hal ini juga didukung oleh penelitian Jasmadi dan Azzama (2017) yang menemukan bahwa harga diri memiliki keterkaitan dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja.

Di sisi lain, perilaku konsumtif juga dapat menimbulkan dampak negatif tekanan sosial dan krisis identitas. Hal ini sejalan dengan penelitian Kasser (2016) yang menyatakan bahwa orientasi konsumtif yang berlebihan dapat melemahkan pembentukan identitas diri yang sehat. Selain itu, penelitian Kornilaki (2021) menunjukkan bahwa nilai-nilai materialistik dalam budaya konsumtif berkaitan dengan meningkatnya tekanan sosial serta berdampak negatif terhadap kesejahteraan psikologis dan pembentukan identitas remaja.

Dampak negatif lainnya dari perilaku konsumtif adalah melemahnya solidaritas sosial serta munculnya kesenjangan sosial di masyarakat. Budaya konsumtif yang berkembang terutama melalui media sosial dan gaya hidup urban cenderung memperkuat orientasi pada pencitraan diri dan simbol status, sehingga hubungan sosial yang bersifat kebersamaan dan solidaritas menjadi terikis Aulia et al. (2025). Penelitian lain juga menunjukkan bahwa konsumsi dalam era digital sering kali didorong oleh kebutuhan palsu yang diciptakan oleh kapitalisme modern, yang berpotensi memperlebar kesenjangan sosial antar kelompok masyarakat Faiza et al. (2025).

Selain itu, perilaku konsumtif juga berdampak pada munculnya perilaku pemborosan dan ketergantungan emosional. Hal ini sesuai dengan penelitian Yulianda et al. (2025) yang menunjukkan bahwa perilaku belanja konsumtif berpengaruh signifikan terhadap pembelian impulsif, yaitu pembelian yang dilakukan tanpa perencanaan dan pertimbangan rasional sehingga berpotensi menimbulkan pemborosan. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Fani et al. (2025) yang menyatakan bahwa konsumsi berlebihan sering dipicu oleh dorongan emosional dan gaya hidup hedonis, di mana aktivitas konsumsi digunakan sebagai cara untuk memperoleh kepuasan sesaat, meskipun tidak bersifat berkelanjutan.

Dampak negatif lainnya dari perilaku konsumtif adalah menurunnya produktivitas dan terganggunya stabilitas finansial individu. Penelitian Sunarti et al. (2025) menunjukkan bahwa perilaku konsumtif memiliki pengaruh negatif terhadap pengelolaan keuangan individu, sehingga menghambat kemampuan mereka untuk mengatur anggaran, menabung,

dan merencanakan masa depan finansial secara efektif. Temuan ini juga diperkuat oleh penelitian Pohan et al. (2022) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat berujung pada perilaku boros, yaitu pengeluaran yang tidak terkendali yang menghambat kesejahteraan finansial dan produktivitas personal dalam jangka panjang.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek aspek perilaku hedonis dan perilaku konsumtif yang paling dominan ditunjukkan oleh remaja sebagai berikut.

Aspek minat muncul karena melihat orang lain memakai barang mewah, tertarik membeli dan memiliki karena barang mewah membuat penampilan menjadi stylish, meningkatkan penampilan dan daya tarik, terlihat lebih berkelas, ikuti trend dilingkungan, meningkatkan kepercayaan diri, meniru citra teman. Serta ingin mendapat perhatian dari orang lain. sedangkan aspek aktivitas berupa remaja diluar rumah sering mendorong remaja membeli barang mewah karena saat bertemu orang merasa perlu menjaga penampilan untuk terlihat keren hingga percaya diri, mengikuti gaya teman-teman yang memakai barang bagus, barang yang lebih berkualitas terkesan premium,,tampil memiliki barang yang serupa dengan teman, menemukan produk mewah yang desainnya menarik.

Pembelian implusif pada remaja yang membeli barang mewah tanpa pertimbangan jangka panjang karena merasa sudah bekerja keras,,ingin menghadiai diri sendiri, terjadi spontan, adanya diskon besar besaran, suasana hati yang sedang stres membuat remaja membeli secara spontan ,terpengaruh influencer sehingga tergoda,tidak ingin ketinggalan ,memiliki cukup uang,desain barang menarik yang jarang ada, meningkatkan citra diri, adanya bonus bisa dan tidak bisa mengatur keuangan. Sedangkan aspek pemborosan berupa remaja membeli barang mewah berulang kali seperti sepatu mahal, jam tangan mahal, tas mahal, pakaian, hoodie, tas mahal, namun barangnya hanya disimpan karena takut barangnya rusak ingin tampil fashionable, barang terlalu mahal, mengikuti trend, ingin terlihat keren, limited edition takut kotor dan rusak,terpengaruh influencer suka desainnya namun merasa sayang jika dipakai,dibeli hanya untuk gaya-gayaan jadi disimpan. Sementara itu aspek mencari kesenangan berupa remaja yang membeli barang mewah atau mahal seperti skincare mahal,handphone mahal untuk mencari kesenangan karena barang mahal membuat remaja menjadi trendi, suka sensasi saat memakainya, kepuasan, keterbatasan barang , penasaran dengan produk hingga packaging, memuaskan diri, mengikuti trend, ingin merasakan pengalaman pertama memakai produk premium. Hal utama aspek perilaku hedonis pada remaja terdiri menjadi 3 yaitu aspek minat diamand remaja melihat barang disebuh toko ingin memiliki hingga aktivitas remaja yang diluar rumah seperti nongkrong membuat pengeluaran menipis dan opini remaja terkait produk mewah mempunyai kualitas unggul dibandingkan produk murah seperti yang diungkapkan oleh subjek 1,3 dan5 bahwa :

“saya tertarik membeli barang mewah saat melihat barang disebuah toko karena bagus stylish, sampe saya pingin punya yang sama biar bisa tampil seperti mereka. Barang mewah dapat menjadi pusat perhatian karena barang mewah punya desain sama logo yang mencolok sampe orang mudah diliat pemakainya. Nah karena saat saya sering keluar rumah, saya bertemu banyak orang dan saya merasa perlu kayaknya jaga penampilan dan itu buat saya tertarik membeli barang mewah agar terlihat keren dan percaya diri. Menurut saya, kualitas barang mewah emang lebih unggul karena proses pembuatannya lebih teliti dan melibatkan pengawasan yang lebih tinggi.”

Penjelasan dari subjek 1, 3, dan 5 dapat diperjelas bahwa barang mewah terlihat menarik jika dilihat di toko sehingga itulah yang membuat remaja ingin memiliki, dan remaja juga sangat memperhatikan penampilannya saat keluar rumah agar lebih percaya diri,serta memiliki barang mewah yang kualitas unggul tentu semakin meningkatkan kepercayaan diri.

Sedangkan Sementara itu aspek opini berupa aspek opini remaja terhadap produk mewah lebih unggul dari pada produk yang biasa karena produk mewah lebih unggul dari pada produk yang biasa karena terbuat dari bahan yang tahan lama, standar produksi ketat, rapi,fitur yang lebih canggih, pembuatan teliti, bergaransi,lebih awet. Aspek perilaku konsumtif yang paling dominan ditunjukkan oleh remaja adalah pembelian implusif

keputusan remaja membeli barang mewah terjadi secara tiba-tiba tanpa mempertimbangkan kebutuhan jangka panjang, adanya pemborosan remaja membeli barang tidak dipakai mencari kesenangan saja seperti yang diungkapkan oleh subjek 2, 4, dan 6

“.jya,saya membeli barang mewah tanpa piker panjang karena pembelian itu terjadi spontan karena ada diskon besar dan saya takut kehilangan kesempatan. Saya biasa membeli jam tangan mewah. Barangnya jarang dipakai dan lebih banyak ditumpuk..Alasannya karena terlalu mahal jadi saya takut merusaknya.”

Pernyataan diatas remaja cendrung membeli barang secara tiba-tiba tanpa memikirkan jabgka panjang karena terpengaruhi dari diskon besar besaran, Adapun sering terjadinya pemborosan karena dibeli karena takut rusak sehingga disimpan.

Aspek-aspek perilaku pada remaja di Jereweh Kabupaten Sumbawa Barat sebagaimana telah diuraikan sebelumnya terdiri dari aspek perilaku hedonis dan perilaku konsumtif. Kedua aspek tersebut merupakan faktor psikologis dan perilaku yang memengaruhi pola konsumsi seseorang, di mana kesenangan dan dorongan emosional dapat mendorong individu untuk melakukan konsumsi yang berlebihan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa perilaku hedonis pada remaja dapat direfleksikan melalui aktivitas, minat, dan opini, yang mencerminkan pencarian kesenangan hidup dalam konteks sosial (Resita & Syamsuddin, 2022). Selain itu, perilaku hedonis tersebut juga berkaitan dengan kecenderungan konsumtif pada remaja, misalnya dalam pembelian barang fashion, aktivitas nongkrong di pusat perbelanjaan, serta preferensi terhadap produk demi kepuasan materi Hayati et al. (2024).

Sementara itu, perilaku konsumtif yang paling dominan ditunjukkan oleh remaja mencakup pembelian impulsif, pemborosan, dan pencarian kesenangan melalui konsumsi yang tidak rasional. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menemukan bahwa konsumsi konten media sosial seperti *#Outfitideas* mendorong remaja untuk membeli barang demi kesenangan pribadi dan perhatian sosial daripada kebutuhan dasar (Humaira & Arviani, 2024). Selain itu, studi pada mahasiswa tata rias menunjukkan bahwa perilaku konsumtif sering dipicu oleh keinginan semata sehingga berujung pada pengeluaran tanpa pertimbangan matang dan pemborosan (Prayodha & Savira, 2018).

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, sampel penelitian hanya berasal dari remaja di wilayah Jereweh, Kabupaten Sumbawa Barat, sehingga hasil temuan tidak dapat digeneralisasikan ke wilayah lain. Kedua, waktu pengumpulan data yang terbatas membatasi observasi terhadap perilaku jangka panjang. Ketiga, pengumpulan data yang lebih dominan melalui wawancara membuat hasil penelitian bergantung pada keterbukaan informan. Keempat, penelitian ini hanya memfokuskan pada gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif tanpa membahas faktor ekonomi keluarga atau media sosial. Terakhir, meskipun triangulasi data telah dilakukan, analisis tetap bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh sudut pandang peneliti.

KESIMPULAN

Penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis pada remaja di Jereweh, Kabupaten Sumbawa Barat, dipengaruhi oleh faktor internal, seperti sikap, pengalaman, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi, serta faktor eksternal dari lingkungan, termasuk referensi keluarga, kelas sosial, dan budaya. Perilaku konsumtif yang muncul memiliki dampak positif maupun negatif; dampak positif terlihat pada peningkatan interaksi sosial, ekspresi diri, kreativitas, dan kepercayaan diri remaja, sedangkan dampak negatif mencakup tekanan sosial, krisis identitas, melemahnya solidaritas, kesenjangan sosial, perilaku pemborosan, serta gangguan pada produktivitas dan stabilitas finansial. Aspek perilaku yang paling dominan adalah perilaku hedonis berupa minat, aktivitas, dan opini, serta perilaku konsumtif berupa pembelian impulsif, pemborosan, dan pencarian kesenangan, yang saling terkait dan menjadi faktor utama dalam membentuk pola konsumsi, interaksi sosial, serta pengelolaan keuangan remaja. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau eksperimen edukatif untuk mengevaluasi intervensi literasi finansial, sementara temuan ini memperkuat pemahaman teoritis mengenai interaksi antara faktor psikologis dan sosial-budaya dalam membentuk pola konsumsi remaja.

REKOMENDASI

Berdasarkan temuan penelitian, remaja sebaiknya lebih meningkatkan kesadaran terhadap dampak negatif dari gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Remaja dianjurkan untuk lebih bijak dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan, membeli barang sesuai kebutuhan, serta mulai mengelola keuangan secara mandiri agar tercipta kestabilan finansial dan masa depan yang lebih baik. Selain itu, peran masyarakat dan orang tua juga penting untuk mendukung pembentukan kebiasaan konsumsi yang sehat, misalnya dengan memberikan edukasi dan contoh pengelolaan keuangan yang bijak. Pemerintah dan pihak terkait dapat membantu melalui program literasi keuangan dan kampanye kesadaran tentang pengaruh budaya konsumtif pada remaja.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, M. T., & El Hami, A. (2021). Persepsi nilai mewah pada konsumen tas branded: Kajian nilai budaya di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Keluarga & Konsumen*, 14(1), 76–87. <https://doi.org/10.24156/jikk.2021.14.1.76>
- Aulia, N., Nafsi, A., Fatimah, A. S., Nadhifa, A. A., & Caniago, S. A. (2025). Konsumerisme sebagai bentuk identitas sosial remaja urban di era media sosial. *Sinergi: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2). <https://publikasi.ahlalkamal.com/index.php/sinergi/article/view/94>
- Belk, R. W. (1988). Extended self in consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139–168. <https://doi.org/10.1086/209154>
- Faiza, N., Abdullah, M. N. A., & Mujayapura, M. R. R. (2025). Budaya konsumtif di era digital: Strategi kapitalisme dalam menciptakan kebutuhan semu. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*. <https://online-journal.unja.ac.id/titian/article/view/42847>
- Fani, A. F. A., Nurhikmah, N., & Koanda, N. (2025). Gaya hidup hedonisme terhadap impulsive buying melalui e-commerce pada dewasa awal. *Jurnal Psikologi Karakter*, 5(1). <https://doi.org/10.56326/jpk.v5i1.5586>
- Featherstone, M. (2020). *Budaya Konsumen dan Postmodernisme*. SAGE Publications.
- Fransisca, R., & Suyasa, P. (2019). Perilaku Konsumtif Remaja: Pengaruh Media Sosial dan Gaya Hidup. *Jurnal Psikologi Sosial*, 14 (2), 45–58.
- Hayati, H. N., Hidayati, M., & 'Aini, N. (2024). Perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonis relasinya terhadap minat mahasiswa menggunakan e-commerce. *JIOSE: Journal of Indonesian Sharia Economics*, 3(2), 125–146. <https://journal.ipmafa.ac.id/index.php/jiose/article/view/1342>
- Islamy, R. Y. S. N., Yuniwati, E. S., & Abdullah, A. (2021). Perilaku hedonis pada masa dewasa awal. Dalam *Prosiding Seminar Nasional dan Call Paper Mahasiswa "Memperkuat Kontribusi Kesehatan Mental dalam Penyelesaian Pandemi Covid-19: Tinjauan Multidisipliner"* (hlm. 179–190). Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Malang.
- Jasmadi, J., & Azzama, A. (2017). Hubungan harga diri dengan perilaku konsumtif remaja di Banda Aceh. *Psikoislamedia: Jurnal Psikologi*, 1(2), 325–334. <https://doi.org/10.22373/psikoislamedia.v1i2.919>
- Kasser, T. (2016). Materialistic values and goals. *Annual Review of Psychology*, 67, 489–514. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-122414-033344>
- Kayyisa, B., & Arviani, H. (2024). *Perilaku konsumtif pada remaja perempuan di Kota Surabaya sebagai pengguna konten TikTok #Outfitideas*. Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi, 7(2). <https://doi.org/10.23969/linimasa.v7i2.11038>
- Khairunnisa, Y. P. (2023). Kebiasaan gaya hidup hedonisme terhadap perkembangan kepribadian anak. *JUBIKOPS: Jurnal Bimbingan Konseling dan Psikologi*, 3(1), 31–44.
- Kornilaki, E. N. (2021). Materialistic values and well-being among Greek adolescents. *Psychology: The Journal of the Hellenic Psychological Society*, 26(1), 201–210. https://doi.org/10.12681/psy_hps.26238
- Moleong, L. J. (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pohan, M., Azhar, M. E., Purnama, N. I., & Jasin, H. (2022). *Model perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas swasta di kota Medan*.
- Prayodha, A. D. A., & Savira, S. I. (2018). Studi kasus perilaku konsumtif pada mahasiswa tata rias. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 5(2). <https://doi.org/10.26740/cjpp.v5i2.24848>

- Resita, R., & Syamsuddin, A. B. (2022). Perilaku hedonisme remaja di Mall Panakkukang Makassar. *Jurnal Berita Sosial*, 7(1). <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/beritasosial/article/view/45035>
- Reynata, A. V. E., Fantino, R. A., & Santoso, M. T. (2022). Perubahan gaya hidup hedonisme pada kalangan mahasiswa rantau di Kota Surabaya. Dalam *Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial (SNIIS) 2022* (Vol. 1, hlm. 185–193). Jurusan Ilmu-Ilmu Sosial FISH, Universitas Negeri Surabaya.
- Robinson, A., Bhanurasmi, & Saraswati, K. (2024). Exploring the relationship between consumer behavior and self-esteem among adolescents in Surabaya: Implications for intervention. *Acta Psychologia*, 2(4), 150–159. <https://doi.org/10.35335/psychologia.v2i4.48>
- Salomon, M. R. (2019). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (12th ed.). Pearson Education.
- Santrock, J. W. (2019). *Adolescence* (16th ed.). McGraw-Hill Education.
- Seftiana, A. F., Syafitri, A., Eliyati, E., Ningsih, L. S., & Jadidah, I. T. (2023). Analisis gaya hidup hedonisme di era globalisasi mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. *Jurnal Multidisipliner Kapalamada*, 2(4), 226–234.
- Setianingsih, E. S. (2018). Wabah gaya hidup hedonisme mengancam moral anak. *MALIH PEDDAS: Majalah Ilmiah Pendidikan Dasar*, 8(2), 139–150.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono, W. (2021). Faktor Sosial dan Budaya dalam Konsumsi Remaja. *Jurnal Antropologi*, 15 (3), 99-118.
- Sunarti, D., Patmasari, E. K., & Nugroho, M. (2025). Pengaruh literasi keuangan, perilaku konsumtif, dan fintech (paylater) terhadap pengelolaan keuangan individu. *JMIK: Jurnal Manajemen dan Inovasi Kewirausahaan*, 1(2), 58–71. <https://doi.org/10.64532/bng15w21>
- Ward, S., & Wackman, D. (1971). Family and media influences on adolescent consumer learning. *American Behavioral Scientist*, 14(3), 415–427. <https://doi.org/10.1177/000276427101400315>