

Perbandingan Tingkat Hedonisme Berdasarkan Jenis Kelamin pada Mahasiswa Pengguna TikTok di Program Studi Bimbingan dan Konseling

Nadia Karmella Eudia Br Sembiring¹, Bernardinus Agus Arswimba²

Program Studi Bimbingan dan Konseling, Universitas Sanata Dharma

Email: nadiakarmellaedia@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini disusun untuk membandingkan tingkat hedonisme antara mahasiswa laki-laki dan perempuan pengguna media sosial TikTok di Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas Sanata Dharma, sekaligus menandai butir skala yang capaiannya tergolong tinggi sebagai bahan penyusunan topik layanan bimbingan. Pendekatan yang dipakai adalah kuantitatif komparatif dengan teknik purposive sampling terhadap 70 mahasiswa aktif pengguna TikTok, terdiri atas 55 responden perempuan dan 15 responden laki-laki; komposisi ini tidak seimbang dan membatasi daya uji untuk mendeteksi perbedaan berukuran kecil hingga sedang. Pengumpulan data dilakukan melalui skala hedonisme model Likert yang disebar secara daring melalui Google Form; dari 54 pernyataan yang diujicobakan pada sampel yang sama dengan sampel pengujian hipotesis, 49 di antaranya dinyatakan valid dengan koefisien Cronbach's Alpha 0,977. Oleh karena sebaran data pada kelompok perempuan tidak memenuhi asumsi normalitas, pengujian hipotesis utama menggunakan uji nonparametrik Mann-Whitney U yang membandingkan distribusi/peringkat skor kedua kelompok; uji Welch t-test disertakan hanya sebagai pembanding deskriptif, bukan sebagai dasar pengambilan keputusan. Hasil analisis tidak menemukan bukti statistik yang memadai mengenai perbedaan tingkat hedonisme antara kedua kelompok (Mann-Whitney U = 355; $z = -0,82$; $p = 0,414$; rank-biserial $r = 0,14$), dengan rerata skor mahasiswi sebesar 87,42 (SD = 23,65; median = 85,0) dan mahasiswa sebesar 99,13 (SD = 37,68; median = 104,0), keduanya berada pada kategori rendah. Estimasi Hodges-Lehmann atas selisih median antarkelompok adalah -8,0 dengan interval kepercayaan 95% [-33; 10] yang mencakup nol, sehingga selisih tersebut tidak dapat dipastikan berbeda dari nol secara statistik. Temuan ini tetap perlu dimaknai secara hati-hati mengingat kecilnya jumlah sampel laki-laki ($n = 15$), sehingga tidak dapat disimpulkan bahwa kedua kelompok benar-benar setara. Dua butir pernyataan yang berkaitan dengan sikap terhadap tren yang sedang berkembang dan kecenderungan mengikuti tren fesyen berada pada kategori tinggi dan diusulkan sebagai indikasi awal kebutuhan topik bimbingan seputar literasi digital dan pengelolaan keuangan mahasiswa, yang perlu dikonfirmasi melalui asesmen kebutuhan layanan lebih lanjut.

Kata Kunci: *hedonisme, mahasiswa, mahasiswi, TikTok, bimbingan dan konseling*

PENDAHULUAN

Cara masyarakat berkomunikasi, mencari informasi, dan menampilkan diri kini banyak bergeser ke ruang digital seiring pesatnya kemajuan teknologi internet. Di antara sekian banyak platform media sosial, TikTok termasuk yang paling cepat merebut perhatian kalangan muda, terutama mahasiswa, karena kemudahan membuat dan membagikan video singkat yang dilengkapi berbagai efek kreatif. Yang membedakan TikTok dari platform lain adalah sistem algoritmanya: konten yang tampil di beranda tiap pengguna disesuaikan dengan kebiasaan menonton masing-masing, bukan semata dari jaringan pertemanan. Akibatnya, dua

pengguna bisa memperoleh corak konten yang jauh berbeda meski sama-sama aktif di platform yang sama.

Posisi Indonesia sebagai basis pengguna TikTok terbesar di dunia turut memperkuat urgensi isu ini. Statista, sebagaimana dikutip detikInet (2024), mencatat 157,6 juta pengguna TikTok di Indonesia per Juli 2024, dan hampir sepertiganya (30,7%) berusia 18–24 tahun—rentang usia yang identik dengan status mahasiswa. Data durasi pemakaian pun tergolong tinggi: Kalodata (2024) melaporkan angka 95 menit per hari, sedangkan We Are Social dan Meltwater (2025) mencatat rata-rata 1 jam 53 menit per hari untuk pengguna aktif Indonesia. Semakin lama waktu yang dihabiskan di platform ini, semakin besar pula peluang seseorang terpapar konten yang menormalkan kesenangan instan dan gaya hidup serba cepat—dua ciri utama pola hidup hedonistik.

Fenomena ini juga banyak disorot di ruang publik. Ayuningtyas (2024) misalnya menulis di Suara.com bahwa gaya hidup hedonisme kian lekat dengan Generasi Z, tampak dari kegemaran berbelanja, berekreasi, dan memamerkan hiburan bernuansa kemewahan sebagai sarana pencitraan diri di media sosial. Konsekuensinya tidak sepele—Kerti dkk. (2024) memperingatkan bahwa gaya hidup semacam ini dapat mengikis produktivitas akademik, memicu tekanan finansial, bahkan menghambat kesiapan mahasiswa menyongsong masa depan. Sementara itu, Ratu dkk. (2024) memaknai hedonisme sebagai orientasi hidup yang mengutamakan sensasi dan kesenangan tanpa banyak menimbang akibat jangka panjang, tercermin dari kecenderungan mengambil keputusan secara spontan demi kepuasan sesaat.

Meski isu ini ramai dibicarakan, kajian akademik yang secara khusus membandingkan tingkat hedonisme mahasiswa laki-laki dan perempuan pengguna TikTok masih jarang ditemukan, apalagi pada rumpun program studi yang kelak menuntut kematangan kepribadian sebagai syarat profesi. Program Studi Bimbingan dan Konseling (BK) dipilih sebagai konteks kajian karena calon konselor wajib memenuhi kompetensi kepribadian yang stabil, sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 27 Tahun 2008, termasuk kecakapan mengelola diri dan gaya hidup sehari-hari. Celah pengetahuan mengenai ada tidaknya perbedaan kecenderungan hedonistik antarjenis kelamin di lingkup mahasiswa BK inilah yang melatarbelakangi dilaksanakannya penelitian ini.

Berangkat dari uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk (1) mengetahui perbedaan tingkat hedonisme antara mahasiswa dan mahasiswi Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas Sanata Dharma yang menggunakan TikTok, dan (2) mengidentifikasi butir skala hedonisme yang capaiannya tinggi sebagai dasar penyusunan topik layanan bimbingan.

METODE

Desain komparatif dalam kerangka kuantitatif dipilih untuk membandingkan skor hedonisme antarkelompok berbeda jenis kelamin (Sugiyono, 2017). Populasinya mencakup seluruh mahasiswa aktif Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas Sanata Dharma yang tercatat sebagai pengguna TikTok. Penentuan sampel memakai teknik purposive sampling dengan dua kriteria utama, yakni berstatus mahasiswa aktif pada program studi tersebut dan tergolong pengguna aktif TikTok, yang dalam penelitian ini

dioperasionalkan sebagai responden yang mengaku membuka aplikasi TikTok setidaknya beberapa kali dalam seminggu terakhir. Penjaringan berdasarkan kriteria ini menghasilkan 70 responden, terbagi menjadi 55 mahasiswi dan 15 mahasiswa; komposisi ini tidak seimbang karena keterbatasan jumlah responden laki-laki yang berhasil dijangkau, sehingga hasil perbandingan perlu dibaca dengan mempertimbangkan rendahnya daya uji pada kelompok laki-laki. Data dihimpun pada September 2025 di Kampus I Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta, dengan menyebarkan kuesioner daring melalui Google Form. Responden mengisi kuesioner secara sukarela dan anonim, tanpa mencantumkan data pribadi yang dapat mengidentifikasi individu, dan diberi informasi bahwa data hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini.

Pengukuran variabel hedonisme mengandalkan skala model Likert berisi empat pilihan jawaban—Sangat Sesuai, Sesuai, Tidak Sesuai, dan Sangat Tidak Sesuai—yang tersusun atas pernyataan favorable maupun unfavorable. Ketiga aspek ini merujuk pada kerangka Activities, Interests, and Opinions (AIO) yang diperkenalkan Wells dan Tigert (1971) dan dipopulerkan Plummer (1974) untuk mengukur gaya hidup, dengan aktivitas (activities), minat (interests), dan opini (opinions) sebagai tiga penanda perilaku, ketertarikan, dan pandangan seseorang terhadap objek di sekitarnya. Tiga aspek menjadi acuan penyusunan butir: minat (mencakup ketertarikan pada fesyen, kuliner populer, barang mewah, tempat hits, dan hasrat menjadi pusat perhatian), aktivitas mengisi waktu (meliputi kebiasaan menjadikan TikTok sebagai hiburan utama serta kegemaran menghabiskan waktu di luar rumah), dan opini (berupa respons terhadap tren yang berkembang serta penilaian atas produk bermerek). Ketiga aspek tersebut dijabarkan menjadi 54 pernyataan pada draf awal instrumen. Perlu dicatat bahwa kerangka AIO pada dasarnya mengukur gaya hidup secara umum, sehingga sebagian indikator turunannya (mis. minat pada fesyen atau tempat populer) berpotensi tumpang tindih dengan konstruk gaya hidup konsumtif yang lebih luas dan tidak selalu spesifik mengukur hedonisme; batasan ini menjadi salah satu pertimbangan dalam menafsirkan hasil.

Sebelum disebarkan, kelayakan isi instrumen ditelaah melalui expert judgment oleh satu orang dosen pembimbing untuk memastikan kesesuaian setiap pernyataan dengan aspek dan indikator yang diukur; penelitian ini belum melibatkan lebih dari satu penilai ahli maupun indeks validitas isi terstandar (mis. Aiken's V atau CVI), sehingga bukti validitas isi tergolong awal. Setelah data dari 70 responden terkumpul, pengujian validitas dilakukan menggunakan program JASP dan menghasilkan 49 pernyataan valid dari 54 pernyataan yang diujikan, dengan lima pernyataan dinyatakan gugur; karena sampel uji validitas ini sama dengan sampel yang digunakan pada pengujian hipotesis utama, proses seleksi item tidak sepenuhnya independen dari pengujian perbedaan kelompok, sehingga hasil validitas perlu direplikasi pada sampel terpisah. Pengujian reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha memperoleh nilai sebesar 0,977; nilai ini menunjukkan konsistensi internal yang sangat tinggi, namun juga dapat mengindikasikan adanya redundansi antaritem yang perlu ditelaah lebih lanjut melalui reliabilitas per aspek atau analisis struktur faktor.

Analisis data diawali dengan uji prasyarat, yaitu uji normalitas menggunakan Shapiro-Wilk dan uji homogenitas varians menggunakan Brown-Forsythe; uji homogenitas

dilaporkan sebagai gambaran kesetaraan varians kedua kelompok, bukan sebagai prasyarat utama uji Mann-Whitney U. Karena data kelompok perempuan tidak memenuhi asumsi normalitas, pengujian hipotesis utama dan tunggal dalam penelitian ini ditetapkan sejak awal sebagai uji nonparametrik Mann-Whitney U, yang membandingkan distribusi dan peringkat (rank) skor kedua kelompok, bukan semata-mata rerata. Uji Welch t-test disertakan hanya sebagai analisis sensitivitas atau pembandingan deskriptif, mengingat varians kedua kelompok tidak setara, dan tidak dijadikan dasar pengambilan keputusan hipotesis. Selain uji beda, dilakukan pula kategorisasi tingkat hedonisme subjek dan capaian skor tiap butir berdasarkan mean teoritik dan standar deviasi ke dalam lima jenjang, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah, guna menentukan butir-butir yang berpotensi diangkat sebagai topik bimbingan. Kategorisasi ini disajikan sebagai pelengkap deskriptif dan tidak menggantikan skor kontinu sebagai dasar analisis utama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi dan Uji Beda

Uji normalitas dengan Shapiro-Wilk menunjukkan data kelompok mahasiswi tidak berdistribusi normal ($p = 0,035$), sedangkan data kelompok mahasiswa berdistribusi normal ($p = 0,133$). Uji homogenitas Brown-Forsythe memperoleh nilai $p = 0,006$, yang berarti varians kedua kelompok tidak homogen. Karena salah satu kelompok tidak memenuhi asumsi normalitas dan varians kedua kelompok tidak setara, pengujian hipotesis utama menggunakan uji nonparametrik Mann-Whitney U.

Tabel 1. Rerata Skor Hedonisme Berdasarkan Jenis Kelamin

Kelompok	n	Mean	SD	Median	IQR (Q1–Q3)
Mahasiswi (Perempuan)	55	87,418	23,650	85,0	69,0–104,0
Mahasiswa (Laki-laki)	15	99,133	37,675	104,0	62,5–122,5

Hasil uji Mann-Whitney U memperoleh nilai $U = 355$, mean rank mahasiswi = 34,45 dan mean rank mahasiswa = 39,33, $z = -0,82$, dan $p = 0,414$ ($p > 0,05$), yang berarti hipotesis nol tidak berhasil ditolak: penelitian ini tidak menemukan bukti statistik yang memadai mengenai perbedaan peringkat skor hedonisme antara mahasiswa dan mahasiswi pengguna TikTok pada sampel ini. Ukuran efek rank-biserial correlation sebesar $r = 0,14$ menunjukkan efek yang tergolong kecil menurut pedoman umum interpretasi ukuran efek. Estimasi Hodges-Lehmann atas selisih median (mahasiswi dikurangi mahasiswa) adalah -8,0 dengan interval kepercayaan 95% sebesar [-33; 10]; karena interval ini mencakup nol, selisih median antarkelompok tidak dapat dipastikan berbeda dari nol secara statistik. Median skor mahasiswi adalah 85,0 (Q1 = 69,0; Q3 = 104,0; IQR = 35,0) dan median skor mahasiswa adalah 104,0 (Q1 = 62,5; Q3 = 122,5; IQR = 60,0), sebagaimana disajikan pada Tabel 1. Uji Welch t-test sebagai analisis sensitivitas menunjukkan arah kesimpulan yang sama ($p = 0,268$), meskipun uji ini tidak dijadikan dasar pengambilan keputusan. Perlu ditegaskan bahwa hasil uji tidak signifikan tidak dapat dimaknai sebagai bukti bahwa kedua kelompok benar-benar setara (H_0 tidak ditolak, bukan H_0 terbukti benar), terutama mengingat kecilnya jumlah sampel laki-laki ($n = 15$) yang menurunkan daya uji untuk mendeteksi perbedaan berukuran kecil hingga sedang. Secara deskriptif, rerata skor mahasiswa (99,13) memang lebih tinggi dibanding mahasiswi (87,42) dengan selisih rerata sekitar 11,7 poin dan selisih median 19,0

poin, namun mengingat ukuran efek yang kecil dan interval kepercayaan yang mencakup nol, kebermaknaan praktis dari selisih tersebut tergolong terbatas; kedua kelompok tetap berada pada kategori rendah menurut norma kategorisasi yang digunakan.

Temuan ini berbeda dari dugaan awal yang menempatkan mahasiswi sebagai kelompok dengan kecenderungan hedonisme lebih tinggi, mengingat asumsi umum bahwa perempuan lebih intensif menggunakan media sosial dan lebih memperhatikan penampilan; asumsi ini sendiri belum diuji secara empiris pada sampel penelitian ini. Salah satu kemungkinan penjelasan yang perlu diuji pada penelitian lanjutan terletak pada karakter algoritma TikTok itu sendiri. Berbeda dari media sosial berbasis jejaring pertemanan, TikTok menyajikan konten berdasarkan pola interaksi dan minat masing-masing pengguna, sehingga secara teoretis paparan terhadap konten bernuansa hedonis tidak semata-mata ditentukan oleh jenis kelamin, melainkan oleh kebiasaan menonton setiap individu; namun, penelitian ini tidak mengumpulkan data pola konten yang dikonsumsi responden sehingga penjelasan ini bersifat spekulatif dan perlu dikonfirmasi secara empiris.

Kontrol diri dan kesetaraan lingkungan sosial juga dapat menjadi kandidat penjelas atas rendahnya tingkat hedonisme pada kedua kelompok, meskipun kedua variabel ini tidak diukur secara langsung dalam penelitian ini dan karenanya kedudukannya di sini adalah hipotesis, bukan temuan. Sari (2022) dan Afadilah (2023) menemukan hubungan negatif antara kontrol diri dan gaya hidup hedonis pada populasi lain, yang bila berlaku pula pada sampel ini dapat berarti semakin tinggi kontrol diri seseorang, semakin rendah kecenderungannya untuk hidup hedonis. Kesamaan ekosistem kampus, pergaulan, dan tekanan sosial pada mahasiswa dan mahasiswi BK USD juga secara teoretis dapat membuat faktor pendorong hedonisme pada kedua kelompok tidak jauh berbeda, sejalan dengan pandangan Reynata dkk. (2022) bahwa hedonisme dibentuk oleh interaksi faktor internal (kontrol diri) dan faktor eksternal (lingkungan pertemanan). Penelitian lanjutan yang mengukur kontrol diri, intensitas dan jenis konten TikTok, serta kondisi lingkungan sosial secara langsung diperlukan untuk menguji penjelasan-penjelasan ini.

Tabel 2. Tingkat Hedonisme pada Mahasiswa

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$159,25 < X$	1	7%
Tinggi	$134,75 < X \leq 159,25$	2	13%
Sedang	$110,25 < X \leq 134,75$	3	20%
Rendah	$85,75 < X \leq 110,25$	3	20%
Sangat Rendah	$X \leq 85,75$	6	40%

Sebagian besar mahasiswa laki-laki (40%) berada pada kategori sangat rendah, meskipun terdapat 20% yang tergolong kategori rendah, 20% sedang, dan sisanya tinggi hingga sangat tinggi; mengingat kelompok ini hanya berjumlah 15 orang, setiap sel persentase merepresentasikan 1–3 responden saja sehingga distribusinya rentan berubah bila sampel diperluas dan tidak selayaknya digeneralisasikan. Ratu dkk. (2024) menyebutkan bahwa tekanan teman sebaya dapat memengaruhi gaya hidup hedonis mahasiswa akibat dorongan untuk menyamai atau melampaui lingkungan pergaulannya, sementara keterbatasan kondisi

finansial mahasiswa pada umumnya dapat turut membatasi peluang mewujudkan keinginan yang muncul dari paparan konten TikTok; kedua faktor ini tidak diukur secara langsung pada kelompok laki-laki dalam penelitian ini dan disajikan sebagai kemungkinan penjelas, bukan kesimpulan yang telah teruji.

Tabel 3. Tingkat Hedonisme pada Mahasiswi

Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$159,25 < X$	1	2%
Tinggi	$134,75 < X \leq 159,25$	1	2%
Sedang	$110,25 < X \leq 134,75$	6	11%
Rendah	$85,75 < X \leq 110,25$	19	35%
Sangat Rendah	$X \leq 85,75$	28	51%

Lebih dari separuh mahasiswi (51%) berada pada kategori sangat rendah, dan bila digabung dengan kategori rendah (35%) maka sekitar 86% mahasiswi tergolong memiliki kecenderungan hedonisme yang minim. Temuan ini menarik karena tidak sejalan dengan anggapan umum yang mengaitkan perempuan dengan perilaku konsumtif, meskipun anggapan tersebut sendiri tidak diuji secara langsung dalam penelitian ini dan sebaiknya tidak digunakan sebagai premis dalam menafsirkan hasil. Kontrol diri yang baik, sejalan dengan temuan Sari (2022) bahwa kontrol diri berbanding terbalik dengan gaya hidup hedonis, merupakan salah satu kandidat penjelas yang perlu diuji secara langsung pada penelitian berikutnya, mengingat penelitian ini tidak mengukur kontrol diri, pengelolaan pengeluaran, orientasi akademik, maupun kebutuhan afiliasi sosial mahasiswi secara empiris. Penjelasan-penjelasan ini karenanya bersifat sementara dan tidak dimaksudkan sebagai generalisasi mengenai karakter perempuan pada umumnya.

Capaian Skor Item dan Usulan Topik Bimbingan

Analisis terhadap capaian skor 49 butir pernyataan yang valid menunjukkan bahwa mayoritas butir (49%) berada pada kategori rendah, 43% pada kategori sedang, sementara 4% berada pada kategori tinggi dan 4% pada kategori sangat rendah; tidak ada butir yang mencapai kategori sangat tinggi. Dua butir yang tergolong kategori tinggi masing-masing berkaitan dengan aspek opini terhadap tren yang sedang berkembang dan aspek minat pada tren fesyen. Kedua butir ini dipandang relevan untuk diangkat sebagai dasar topik layanan bimbingan, sebagaimana disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Usulan Topik Bimbingan Berdasarkan Butir Skor Tinggi

Aspek	Topik Bimbingan	Tujuan
Opini terhadap tren	Sikap bijak terhadap tren digital	Membantu mahasiswa agar tidak mudah terpengaruh tren di media sosial
Minat pada fesyen	Mengontrol kebiasaan belanja dalam mengikuti tren digital	Membantu mahasiswa mengelola keuangan secara lebih bijak

Temuan penelitian ini menjawab rumusan masalah yang diajukan: pada sampel ini, tidak ditemukan bukti statistik yang memadai mengenai perbedaan tingkat hedonisme antara mahasiswa dan mahasiswi pengguna TikTok di Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas Sanata Dharma, dan kedua kelompok berada pada kategori rendah. Meski

demikian, capaian skor pada aspek opini terhadap tren dan minat pada fesyen tetap perlu menjadi perhatian layanan bimbingan sebagai sinyal awal, bukan dasar tunggal, mengingat kedua aspek ini yang paling berpotensi mendorong perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa pengguna media sosial berbasis algoritma seperti TikTok; validasi lebih lanjut melalui survei kebutuhan atau diskusi kelompok tetap diperlukan sebelum topik ini diimplementasikan sebagai program layanan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini tidak menemukan bukti statistik yang memadai mengenai perbedaan tingkat hedonisme antara mahasiswa dan mahasiswi Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas Sanata Dharma yang menggunakan media sosial TikTok (Mann-Whitney $U = 355$; $p = 0,414$), sehingga hipotesis nol tidak berhasil ditolak pada sampel ini. Hasil ini tidak dapat dimaknai sebagai bukti bahwa kedua kelompok benar-benar setara, dan tidak menguji maupun membuktikan adanya pengaruh TikTok terhadap hedonisme, karena penelitian ini tidak melibatkan kelompok pembandingan bukan pengguna maupun ukuran intensitas penggunaan. Tingkat hedonisme mahasiswa laki-laki berada pada kategori rendah dengan rerata skor 99,13, sementara tingkat hedonisme mahasiswi berada pada kategori rendah dengan rerata skor 87,42. Ditemukan pula dua butir pernyataan yang tergolong kategori tinggi, yaitu terkait sikap terhadap tren yang berkembang dan kecenderungan mengikuti tren fesyen; kedua butir ini diusulkan sebagai indikasi awal, bukan dasar tunggal, bagi penyusunan topik layanan bimbingan bertema literasi digital dan pengelolaan keuangan mahasiswa.

Penelitian ini memiliki sejumlah keterbatasan. Pertama, ketidakseimbangan jumlah sampel antara kelompok mahasiswa (15 orang) dan mahasiswi (55 orang) menurunkan daya uji untuk mendeteksi perbedaan berukuran kecil hingga sedang, sehingga generalisasi hasil perlu dilakukan secara hati-hati. Kedua, meskipun ukuran efek (rank-biserial $r = 0,14$) dan interval kepercayaan 95% atas selisih median (Hodges-Lehmann = -8,0; CI [-33; 10]) telah dihitung dan menunjukkan efek yang kecil serta interval yang mencakup nol, ukuran sampel yang kecil dan tidak seimbang tetap membatasi presisi estimasi ini. Ketiga, sampel yang digunakan untuk uji validitas instrumen sama dengan sampel pengujian hipotesis, sehingga bukti validitas konstruk perlu direplikasi pada sampel independen. Keempat, variabel yang diajukan sebagai penjas dalam pembahasan, seperti kontrol diri, kondisi finansial, orientasi akademik, dan pola konten TikTok yang dikonsumsi, tidak diukur secara langsung dan karenanya berstatus hipotesis untuk penelitian berikutnya. Bagi mahasiswa dan mahasiswi disarankan untuk lebih kritis dalam menyikapi konten tren di TikTok serta mengelola keuangan secara bertanggung jawab. Bagi layanan Bimbingan dan Konseling kampus, hasil ini dapat dimanfaatkan sebagai titik awal penyusunan program literasi digital dan sikap kritis terhadap tren media sosial, dengan tetap melengkapinya melalui asesmen kebutuhan yang lebih komprehensif. Penelitian selanjutnya disarankan menyeimbangkan proporsi sampel antarkelompok sejak tahap perencanaan (misalnya melalui stratified atau quota sampling), melakukan analisis daya (power analysis), memisahkan sampel uji coba instrumen dari sampel pengujian hipotesis, melaporkan ukuran efek dan interval kepercayaan, serta mempertimbangkan variabel tambahan seperti kontrol diri, durasi pemakaian, dan jenis

konten yang dikonsumsi agar pemahaman mengenai hedonisme pada pengguna TikTok menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afadilah, N. (2023). Hubungan kontrol diri dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa bimbingan dan konseling. *Psikoedukasia: Jurnal Psikologi dan Pendidikan*, 8(1).
- Alpani, E. A. (2022). *Pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap gaya hidup mahasiswa* [Skripsi]. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
- Amalina, E. R. N. (2021). *Pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku hedonisme mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung* [Skripsi]. Universitas Lampung.
- Ayuningtyas, F. (2024). Gaya hidup hedonisme menyerang kalangan Gen Z. *Suara.com*.
- detikInet. (2024). Indonesia nomor satu pengguna TikTok sedunia, kalahkan Amerika. *detikInet*.
- Kalodata. (2024). *Statistik pengguna TikTok 2024: Data, tren, dan wawasan pemasaran*.
- Kerti, F. M. C., Rahmani, N. A., Oktariani, N. F., Zalva, S., & Hamidah, S. (2024). Hedonisme di kalangan mahasiswa: Eksplorasi atas pencarian kenikmatan instan dalam lingkungan pendidikan tinggi. *Sosial: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 25(2), 91–94.
- Mahardhika, G. L., & Artadita, S. (2025). Pengaruh FOMO dalam memicu perilaku konsumtif yang dimediasi gaya hedonis: Studi tren fashion Skena dan Starboy. *Open Library Publications, Telkom University*.
- Okviana, L. (2025). *Penggunaan aplikasi TikTok sebagai media eksistensi diri di kalangan mahasiswa Universitas Indonesia Fakultas Ilmu Budaya* [Penulisan Ilmiah Jenjang S1]. Universitas Gunadarma.
- Peraturan Menteri Pendidikan Nasional Nomor 27 Tahun 2008 tentang Standar Kualifikasi Akademik dan Kompetensi Konselor.
- Plummer, J. T. (1974). The concept and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, 38(1), 33–37.
- Ratu, B., Elfira, N., Jannah, W. H., Lagebada, S., Lawau, D. L. R., Indra, M., & Dumupa, M. (2024). Pengaruh teman sebaya terhadap hedonisme mahasiswa. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 7(3), 11594–11598.
- Reynata, V., Anggraeni, D., & Puspitasari, I. (2022). Perubahan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa rantau. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu-Ilmu Sosial*.
- Sari, W. (2022). Hubungan kontrol diri dengan gaya hidup hedonis pada wanita dewasa awal di Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(2).
- Siswoyo, D. (2007). *Ilmu pendidikan*. UNY Press.
- Statista. (2024). *Number of TikTok users in Indonesia 2024*.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- We Are Social, & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Indonesia*.

- Wells, W. D., & Tigert, D. J. (1971). Activities, interests, and opinions. *Journal of Advertising Research*, 11(4), 27–35.
- Zulaikha, R. A. S. (2024). *Gaya hidup hedonisme pengguna TikTok (Studi fenomenologi hangout di coffee shop)* [Skripsi]. UIN Raden Intan Lampung.