

FENOMENA HEDONISME PADA KALANGAN MAHASISWA PERGURUAN TINGGI SWASTA DI YOGYAKARTA

**Lintang ArungLamba Augus Fara¹, Dwi Susilo Ayuningtyas², Tutik Ernawati³, Elisa
Febriana⁴, Dwi Widyaningrum⁵**

Email: lintang.5201211004@student.uty.ac.id¹, dwi.5201211043@student.uty.ac.id²,
tutik.5201211002@student.uty.ac.id³, elisa5201211016@student.uty.ac.id⁴,
dwi.5201211006@student.uty.ac.id⁵
Universitas Teknologi Yogyakarta

Abstract: *This research aims to find out how the influence of friendship in the campus environment, and how students have their own confidence to live the lifestyle they want. This research uses qualitative research methods with interview and observation techniques, because it will take an approach that examines the life of hedonism among students of private universities in the city of Yogyakarta. The results of research that have been conducted on private university students in Yogyakarta with a sample of 6 subjects from various private universities show the results that on average from the statements of 6 subjects in a week out to hang out at a cafe or restaurant can be 3-4 times and spend around Rp. 30,000 - Rp. 100,000 in one time hanging out with friends so that researchers find that the friendship environment greatly influences the lifestyle of hedonism.*

Keyword: *life style, hedonism, private university*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh pertemanan di lingkungan kampus, dan bagaimana mahasiswa memiliki keyakinan diri sendiri untuk bergaya hidup sesuai keinginan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik wawancara dan observasi, karena akan melakukan pendekatan yang meneliti kehidupan hedonisme pada kalangan mahasiswa perguruan tinggi swasta di kota Yogyakarta. Hasil penelitian yang telah dilakukan pada mahasiswa perguruan tinggi swasta di Yogyakarta dengan sample sebanyak 6 subjek dari berbagai perguruan tinggi swasta menunjukkan hasil bahwa rata-rata dari pernyataan 6 subjek dalam seminggu keluar untuk nongkrong di cafe atau restoran bisa 3-4 kali dan mengeluarkan uang sekitar Rp. 30.000 – Rp. 100.000 dalam sekali nongkrong bersama teman-teman sehingga peneliti menemukan bahwa lingkungan pertemanan sangat memengaruhi gaya hidup hedonism.

Kata kunci: gaya hidup, hedonisme, perguruan tinggi swasta

PENDAHULUAN

Kepribadian individu berpengaruh terhadap kualitas hidup seseorang. Kepribadian tersebut dipengaruhi oleh faktor lingkungan semisal lingkungan tempat tinggal, lingkungan kampus, maupun lingkungan di dalam masyarakat. Kepribadian seseorang juga dapat disebabkan oleh perkembangan teknologi yang semakin pesat sehingga menimbulkan dampak globalisasi informasi, mode, serta menjamurnya berbagai macam perangkat media massa dan elektronik, seperti televisi, internet, dan alat-alat komunikasi yang mengakibatkan perubahan serta pola atau gaya hidup masyarakat (Trimartati, 2016). Pengaruh globalisasi berimbas kepada pemenuhan kebutuhan gaya hidup anak zaman sekarang. "Gaya hidup" merujuk pada cara seseorang atau kelompok orang menjalani hidup mereka, termasuk kebiasaan, preferensi, nilai-nilai, aktivitas, dan pilihan yang mereka buat dalam berbagai aspek kehidupan. Gaya hidup mencerminkan bagaimana seseorang memilih untuk

menghabiskan waktu, energi, dan sumber daya mereka.

Perilaku gaya hidup hedonisme yang tampak di kalangan mahasiswa saat ini, disamping adanya perubahan dari kehidupan masyarakat modern, diyakini pula adanya perubahan pada proses perkembangan individu. Hal ini ditandai dengan keinginan untuk mandiri dan mencari konsep diri. Selain itu, Maraknya tempat-tempat modern seperti mall, cafe, tempat nongkrong atau ngopi dan sebagainya, ternyata mendapat respon yang baik dari masyarakat di Indonesia khususnya mahasiswa. Hal tersebut didukung oleh penelitian (Trimartati 2014) yang menyatakan bahwa setiap orang berpotensi untuk bergaya hidup hedonisme, terutama mahasiswa yang lingkup pergaulannya lebih berkembang serta persaingan antar individu untuk mendapatkan status sosial, salah satunya dipengaruhi oleh keinginan individu untuk dipandang lebih modis dan tidak ketinggalan zaman.

Hedonisme dapat diartikan sebagai sebuah pandangan hidup yang menekankan pencarian kenikmatan dan kebahagiaan sebagai tujuan utama dalam kehidupan. Pandangan ini dapat muncul di berbagai kota, termasuk di Kota Yogyakarta, Indonesia. Namun, penting untuk diingat bahwa pandangan hidup ini dapat bervariasi dari individu ke individu dan tidak semua orang di sebuah kota atau tempat tertentu akan mengikuti pandangan hidup ini. Gaya hidup hedonisme menimbulkan kecenderungan munculnya tingkah laku individu melalui interaksi sosial antara individu satu dengan individu lain, guna memperoleh kesenangan dan kebebasan untuk mencapai kenikmatan hidup. Budaya hedonisme ini tidak hanya dapat merusak generasi penerus bangsa, namun juga dapat mengakibatkan dampak yang buruk bagi perkembangan dunia pendidikan serta bagi kehidupan bangsa Indonesia. Melihat hal tersebut maka perlu ada antisipasi baik dari pemerintah maupun bagi mahasiswa. Gaya hidup hedonisme yang terjadi di kalangan mahasiswa, tercermin dari perilaku sehari-hari, antara lain kebiasaan mereka yang selalu ingin bersenang-senang seperti keinginan membeli barang mewah, animo untuk membeli dan membayar secara kredit walaupun masih bergantung pada orang tua. Hal tersebut, diperkuat dengan beberapa penelitian yang menyebutkan bahwa mahasiswa cenderung memiliki gaya hidup hedonisme, tidak hanya mahasiswa yang mapan maupun menengah ada juga mahasiswa yang ekonominya pas-pasan berupaya untuk mengikuti gaya hidup ini (Vionnalita Jennyya, Pratiknjo, and Rumampuk 2021). Peneliti menemukan fenomena nyata di kalangan mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta yang ada di Yogyakarta seperti Self reward secara berlebihan, fomo terhadap trend yang sedang viral, dan rela menggunakan payletter demi memuaskan keinginan pribadi.

METODE

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif karena akan melakukan pendekatan yang meneliti kehidupan hedonisme pada kalangan mahasiswa perguruan tinggi swasta di kota Yogyakarta. Tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk mendapatkan informasi secara mendalam dan lengkap dari data yang telah dikumpulkan, berbeda dengan kuantitatif yang mendapatkan data berdasar uji statistik (Galuh Gita Indrajayani, 2019).

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara untuk mengumpulkan informasi lebih jauh. Maka pertanyaan yang diajukan akan memiliki format yang terbuka, menyajikan data dan menarik kesimpulan. Peneliti harus berusaha

masuk dan memahami gambaran konseptual para informan yang diteliti agar dapat memahami apa serta bagaimana suatu makna dikembangkan oleh mereka dalam peristiwa yang terjadi di kehidupan sehari-hari (Azizah and Aji 2022). Ini juga menjadi tantangan tersendiri karena pengaruh hedonisme bisa membawa hasil yang positif maupun negatif bagi mahasiswa yang merantau di Kota Yogyakarta, dan kita juga perlu memerlukan sebuah pemahaman secara mendalam dan menyeluruh untuk menjawab permasalahan yang ada di lapangan.

Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Berdasarkan jenis data penelitian ini, analisis yang digunakan yaitu teknik analisis data deskriptif kualitatif. Teknik analisis kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data menurut model stake yaitu mencoba untuk membandingkan antara apa yang terjadi dengan apa yang sudah ditargetkan atau diharapkan terjadi, yaitu membandingkan antara hasil yang diperoleh dengan standar yang telah digunakan sebelumnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV ini akan diberikan pemaparan mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti saat melakukan penelitian di berbagai Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta. Penjelasan yang diberikan merupakan hasil dari wawancara yang telah dilakukan kepada 6 subjek diantaranya: BSP (UMY), DRC (UST), ARP (UTY), RS (UTY), MNF (UAD), dan BA (ATMAJAYA). Nongkrong bermakna kongko-kongko bersama teman, biasanya seumuran, melibatkan pembicaraan dari yang remeh sampai serius, dan biasanya dilakukan di kedai kopi, atau kafe. Alasan nongkrong merupakan salah satu alasan orang-orang atau kelompok tertentu menjadikan kafe sebagai tempat berkomunikasi dan berinteraksi dalam berkumpul atau sekedar menghabiskan waktu (Lazuardi 2017).

Dari aspek kegiatan subjek menyatakan bahwa rata-rata dari mereka nongkrong setidaknya 3-5 kali dalam seminggu. Dibuktikan dengan pernyataan dari BSP, DRC, MNF, RS, dan BA sebagai berikut:

“waduhh, ini juga mayan sering, 3 sampe 4 kali juga da” Ucap BSP

“opsional kak, biasanya seminggu 4-5 kali” DRC

“ngga tentu sih, tapi dalam seminggu bisa 2-3 kali. Tapi ngga sering banget” RS

“gak sering-sering banget sih, biasanya 3-4 kali dalam seminggu, kalau ada kepentingan” MNF

“aku lumayan sering si nongkinya malem si bisa 3-4 kali sambil ngerjain skripsi sama cobain Coffeshop karena aku juga penggemar kopi” BA

Sedangkan ARP hanya nongkrong 1 kali dalam seminggu itupun kalau ada yang mengajak.

Di pertanyaan selanjutnya pada saat subjek nongkrong, makan di cafe atau resto subjek menghabiskan uang Rp. 20.000 sampai Rp.100.000. Subjek merasa membutuhkan refreshing dan ingin senang-senang. Ketika nongkrong subjek merasa senang, bebas, dan mencari suasana baru sembari mengerjakan tugas perkuliahan. Pernyataan subjek BSP (UMY), DRC (UST), ARP (UTY), RS (UTY), MNF (UAD), dan BA (ATMAJAYA) menyatakan

jika:

“tergantung tempatnya, kan ada tu yang mahal karena pajak. Ada juga yg murah tp yaa so so lah. Abis 70ribuan lah sekali nongkrong” BSP

“kalo makanannya lucu aku bisa kalap kak, jadi abisnya 80ribuan. Tp kalo biasa aja ya paling 50 lah” DRC

“kalau ke caffe sekali makan atau minum itu paling 30 ribu lah” ARP

“paling biasa nongkrong diangkringan atau dibento itu, bisa habis 30-50rb” RS

“sekitar 40-50rb” MNF

“biasanya aku dalam satu nongkrong minimal mengeluarkan 50 sampe 100rb” BA

Kemudian dari aspek minat, subjek menyatakan bahwa rata-rata memiliki barang-barang branded setidaknya 10-15 barang. Dibuktikan dengan pernyataan dari DRC, MNF, RS, BA sebagai berikut:

“ya paling sekitar 10-15an lah” RS

“kalau barang branded, cuman baju aja sekitar 10an lah” MNF

“di rumah ada 5, yang dibawa kos ada 5 juga total ada 10 berarti. Yg di kos itu tasnya 3 sisanya jam tangan” DRC

“kalau barang branded kurang lebih ada 10 kak” ARP

“ee barang branded...aduhh berapa ya kak lupa tapi kalo seingat aku ada 5-6an” BA

Dari 6 subjek diatas ada 1 subjek yang hanya mempunyai 2 barang branded karena BSP lebih menyukai mengeksplorasi tempat yang belum pernah dikunjungi dan sering merasa penasaran tentang tempat-tempat baru, budaya, dan pengalaman, yang memotivasi mereka untuk bepergian dan menjelajahi dunia.

Pernyataan kedua dari aspek minat adalah kualitas barang yang diminati para subjek anatara lain:

“barang tahan lama dan memiliki umur pakai yang panjang, bahan Berkualitas Tinggi, sama Desain yang Tepat: Produk dengan kualitas bagus biasanya memiliki desain yang baik, ngga Cuma estetis menarik tetapi juga praktis dan fungsional” BSP

“yang pasti awet ya kak, walaupun mahal gapapa kana da harga ada barang. bahan berkualitas tinggi, sama desain yang tepat” DRC

“yang pertama aku suka barang branded karena menurut saya kualitasnya sudah terjamin bagus dan awet, tapi aku juga suka barang yang ngga branded tapi kokoh terus tahan lama” BA

“ya jelas lah yang utama yang awet, nyaman dipakai terus yang ga perlu branded pokonya yang awet dan nyaman” RS

“barang kualitas standar yg penting nyaman digunakan” MNF

“kalau barang dengan kualitas lebih ke yang orisinil, lebih mengutamakan kegunaan juga” ARP

Dan aspek yang terakhir yaitu opini Hal- hal apa saja yang diperlukan atau harus dilakukan untuk menunjang gaya hidup, yaitu:

“yg utama harus ada uangnya si karena segala sesuatu di dunia ini kan butuh uang yahh, terus kesehatan biar bisa jalan jalan kesana kemari” BSP

“rasa penasaran yang tinggi, dan pastinya uang ya kak. Sama niat juga, percuma kan kalo udh penasaran tp gada niat buat merealisasikan” DRC

“yang pertama kerja, terus yang kedua hemat ya, karna aku akhir-akhir ini berusaha untuk hemat, karna juga job lagi seret, jadi disamping aku untuk mencari pekerjaan lain jadi aku harus hemat” BA

“ya terutama ya meningkatkan skill untuk masa depan karena saya merupakan mahasiswa PBI sehingga saya mengikuti kursus Bahasa inggris untuk meningkatkan

skill saya dalam berbahasa inggris” RS

“kalau memang gak punya ya tidak bergaya, lebih ke menabung dulu baru beli sesuatu yang diinginkan” MNF

“biasanya saya kalau mau membeli sesuatu juga nabung dulu sih, kaya nyisihkan uang dulu. Kalau mau beli apa-apa gak langsung dibeli tapi harus nyisihkan dulu” ARP

Metode pembayaran pada umumnya terbagi menjadi dua, ada pembayaran tunai dan ada pembayaran non tunai. Metode pembayaran konvensional merupakan pembayaran secara langsung yang terjadi antara satu pihak dengan pihak lainnya (Handayani 2021). Dipertanyaan selanjutnya di aspek opini yaitu model transaksi pembayaran yang disukai, yaitu:

“aku lebih suka pakai e-money, menurut aku kalo pake uang cash lebih boros” BA

“lebih seneng cashless biar gk ribet bawa uang banyak dan lebih aman si kalo kataku” DRC

“lebih enakan cashless” BSP

“lebih suka cash” RS

“lebih suka cash sih” MNF

“kalau aku lebih suka pakai cash sih kak” ARP

Hal ini sesuai dengan (Armstrong and Kotler 2012) kualitas sebuah produk merupakan kemampuan produk dalam menjalankan fungsi-fungsi berikut: keandalan, daya tahan, kemudahan operasi, ketepatan, perbaikan, serta atribut lain. Berdasarkan penelitian (Safariyanti 2022) menyatakan jika kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian secara signifikan & positif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa rata-rata dari pernyataan 6 subjek dalam seminggu keluar untuk nongkrong di cafe atau restoran bisa 3-4 kali dan mengeluarkan uang sekitar Rp. 30.000 – Rp. 100.000 dalam sekali nongkrong. Selain itu, 5 subjek memiliki barang branded sekitar 10-15 barang per subjek dan 1 subjek hanya memiliki 2 barang branded karena ia lebih memilih mengeksplorasi tempat yang belum pernah dikunjungi. Dari 6 subjek dapat disimpulkan bahwa dalam memilih barang branded lebih mengutamakan kualitas yang baik karena lebih awet dan nyaman saat digunakan, seperti dalam pepatah “ada harga ada barang”. Hal yang perlu dilakukan oleh ke-6 subjek untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan yaitu dengan cara menabung dan bekerja. Metode pembayaran yang di gunakan oleh 3 subjek yaitu dengan menggunakan metode cash sedangkan 3 diantaranya cashless.

Kontribusi penulisan makalah terhadap keilmuan yaitu penulis memberikan gambaran secara penuh menggunakan metode wawancara mengenai hedonisme yang terjadi pada kalangan mahasiswa di Perguruan Tinggi Swasta Yogyakarta. Selanjutnya peneliti menemukan bahwa terdapat 3 subjek sebagai pelaku dan 3 subjek sebagai korban. Faktor yang menjadikan 3 subjek menjadi pelaku yaitu adanya perasaan ingin memenuhi semua keinginannya, sedangkan 3 subjek lainnya yang menjadi korban adalah adanya pengaruh dari lingkungan pertemanan yang menyebabkan korban menjadi terbawa arus. Maka mahasiswa diharapkan mampu manajemen keuangan agar terhindar dari perilaku hedonisme serta nantinya dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup atau sebagai dana darurat di masa mendatang.

Keterbatasan makalah ini yaitu pada awalnya peneliti kesulitan dalam menentukan tema yang akan diteliti, saat melakukan wawancara karena 2 narasumber

tidak dapat ditemui secara langsung sehingga dilakukan secara online, terdapat pernyataan narasumber yang keluar dari topik pertanyaan yang sudah disiapkan peneliti, kesulitan dalam menentukan waktu ketika akan wawancara dengan narasumber, kesulitan mencari pedoman wawancara yang sesuai dengan tema, belum banyak narasumber yang peneliti dapatkan dari berbagai Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta karena keterbatasan relasi. Penelitian selanjutnya diharapkan mampu memiliki relasi yang luas dengan mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrianto, Danny, and Vinna Salwa Arani. 2021. "Analisis Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus: Mahasiswa Ilmu Filsafat Universitas Pembangunan Panca Budi Medan)." *AR-RASYID: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 1 (2): 79–87. <https://doi.org/10.30596/arrasyid.v1i2.8744>.
- Armstrong, Gary, and Philip Kotler. 2012. "Principles of Marketing: An Asian Perspective, Third Edition." Pearson Education South Asia, 1–4.
- Azizah, Rahmalia Wulan, and Gilang Gusti Aji. 2022. "Konsep Diri Generasi Milenial Pelaku Minimalism Lifestyle." *Commercium* 5 (2): 33–43.
- Handayani. 2021. "Pengaruh Metode Pembayaran Dan Mudahnya Transaksi Terhadap Keputusan Pembelian Di Zalora Online Shopping." *Universitas Gunadarma Jurnal* 15 (4): 58–66.
- Lazuardi, Fikri Hanindita. 2017. "Literasi Informasi Pada Mahasiswa Melalui Budaya 'Nongkrong'."
- Melmambessy Moses. 2012. "52443-ID-Analisis-Pengaruh-Pendidikan-Pelatihan-D." Analisis Pengaruh Pendidikan, Pelatihan Dan Pengalaman Kerja.
- Reynata, Adinda Vira Eka, Rega Aditya Fantino, and Mohammad Teguh. 2022. "Perubahan Gaya Hidup Hedonisme Pada Kalangan Mahasiswa Rantau Di Kota Surabaya." *Reynanata, Adinda Vira Eka* 1 (1): 185–93.
- Safariyanti, Ade. 2022. "Ubt23-06-2022-112524."
- Tri Mawarni, Widya, Muhammad Alfiansyah, and Faatimah Zahra. 2022. "Education and Learning Journal." *Universitas Muslim Indonesia* 1 (January): 106–13.
- Trimartati, Novita. 2014. "Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling Angkatan 2011 Universitas Ahmad Dahlan." *PSIKOPEDAGOGIA Jurnal Bimbingan Dan Konseling* 3 (1): 20. <https://doi.org/10.12928/psikopedagogia.v3i1.4462>.
- Vionnalita Jennyya, Oleh, Maria Heny Pratiknjo, and Selvie Rumampuk. 2021. "GAYA HIDUP HEDONISME DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS SAM RATULANGI." Vol. 14.
- Wahyuni, Sri Fitri, Radiman Radiman, and Dini Kinanti. 2023. "Pengaruh Literasi Keuangan, Lifestyle Hedonis Dan Sikap Keuangan Pribadi Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa." *Owner* 7 (1): 656–71. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1304>.