



ISSN 2685-483X

Volume 3, Issue 2, Juli-Desember 2021

Halaman 129-136



Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat

Sandra Nadya Tasha Aprillia
Varinia Pura Damaiyanti
Sri Hidayah

Departemen Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lambung Mangkurat

Kata Kunci	Abstrak
Gaya Hidup Mahasiswa Perilaku Konsumtif	Penelitian ini dilatar belakangi oleh ketertarikan penulis dalam melihat bagaimana gaya hidup pada kalangan mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat di Banjarmasin. Penelitian ini memiliki tujuan untuk memahami bagaimana gaya hidup dapat membentuk perilaku konsumtif, di kaji menggunakan teori David Chaney <i>lifestyles</i> . Chaney mengatakan bahwa pada akhir modernitas semua yang kita miliki akan menjadi budaya tontonan (<i>a culture of spectacle</i>). Semua orang ingin menjadi penonton dan sekaligus ditonton. Ingin melihat tapi sekaligus juga dilihat. Di sinilah gaya mulai menjadi modus keberadaan manusia modern : kamu bergaya maka kamu ada ! kalau kamu tidak bergaya, siap-siaplah untuk dianggap “tidak ada” : diremehkan, diabaikan atau mungkin dilecehkan. Itulah sebabnya mungkin orang sekarang perlu bersolek atau berias diri. Menggunakan metode penelitian kualitatif, teknik pemilihan informan menggunakan snowball sampling berjumlah sebanyak 9 orang informan. Pengumpulan data dibuat dengan wawancara, dan dikaji menggunakan teknik analisis data dari Miles dan Huberman. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa gaya hidup Mahasiswa Universitas Lambung Mangkurat berorientasi pada perilaku konsumtif terlihat bagaimana penampilan mahasiswa serta bagaimana mahasiswa dalam mengisi waktu luangnya yang dikelompokkan sebagai berikut : (a) fashion dan lingkungan (b) mengikuti tren (c) self love dan self reward.
Naskah Awal	26 Oktober 2021
Review	10 November 2021
Revisi	22 November 2021
Naskah Diterima	13 Desember 2021
Publikasi	31 Desember 2021



ISSN 2685-483X

Volume 3, Issue 2, Juli-Desember 2021

Pages 129-136



Self-Love and Self-Reward: The Hidden Excuse of Consumptive Behavior On College Students

Sandra Nadya Tasha Aprillia
Varinia Pura Damaiyanti
Sri Hidayah

Sociology Department
Faculty of Social and Politics
University of Lambung Mangkurat

Keywords	Abstract
Lifestyle Student Consumptive Behavior	<p>This research is motivated by the author's interest in seeing how the lifestyle of students at the Faculty of Social and Political Sciences, Lambung Mangkurat University in Banjarmasin. This study aims to understand how lifestyle can shape consumptive behavior, studied using the theory of David Chaney lifestyles. Chaney said that at the end of modernity all we have will become a culture of spectacle. Everyone wants to be a spectator and be watched at the same time. Want to see but at the same time be seen. This is where style begins to become the mode of existence of modern humans: you are stylish so you are! If you're not stylish, be prepared to be seen as "nothing": belittled, ignored or possibly harassed. That's why maybe people now need to preen or make up. Using qualitative research methods, the informant selection technique using snowball sampling amounted to 9 informants. Data collection was made by interview, and studied using data analysis techniques from Miles and Huberman. The results of this study indicate that the lifestyle of Lambung Mangkurat University students is oriented towards consumptive behavior, it can be seen how students look and how they spend their spare time which are grouped as follows: (a) fashion and the environment (b) following trends (c) self love and self reward.</p>
Submission	26 Oktober 2021
Review	10 November 2021
Revision	22 November 2021
Acceptance	13 Desember 2021
Publication	31 Desember 2021

Pendahuluan

Pada era modernisasi dan globalisasi pada saat ini telah menunjukkan perkembangan zaman yang semakin pesat sehingga secara tidak langsung membuat manusia juga mengikuti arus kecepatan perkembangan zaman modernisasi tersebut (Safri, 2020). Postmodernisme mengkritik masyarakat modern karena gagal menepati janjinya. Pertanyaan postmodern bagaimana orang bisa percaya bahwa modernitas telah membawa kemajuan dan harapan untuk masa depan yang lebih baik. Kedua, teori postmodern cenderung menolak apa yang biasa disebut dengan pandangan dunia (world view). Ketiga, teori postmodern cenderung membahas fenomena besar postmodern, seperti pengalaman personal, tradisi, emosi, perasaan, kebiasaan, kekerasan, magis, mitos, sentimen keagamaan, dan berbagai pengalaman mistik. Keempat, teori postmodern menolak kecenderungan dunia modern untuk menempatkan batas-batas antara hal-hal seperti disiplin akademis, budaya dan kehidupan, fiksi dan teori, realitas dan citra (Martono, 2011).

Perilaku konsumtif merupakan salah satu dampak dari perkembangan zaman yang semakin modern. Konsumsi dalam kehidupan masyarakat modern bukan sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan pokok seperti sandang, pangan, dan papan saja tetapi juga untuk pemenuhan keinginan atau hasrat manusia seperti kebutuhan rekreasi dan hiburan (Alviyah, 2020). Menurut Echols dan Shandly, tujuan perilaku konsumtif berasal dari kata sifat bentuk “konsumen”, yang berarti penggunaan produk, termasuk produk dan jasa industri, dan konsumtif mengacu pada konsumsi berlebihan terhadap sebuah produk atau jasa (Khairat, dkk.2018).

Setelah mendaftar di perguruan tinggi, seorang mahasiswa perlu beradaptasi dengan perkuliahan dan dunia baru. Hal ini memiliki efek mengubah pemikiran, sikap, dan penampilan. Salah satu hal yang cukup mengesankan bagi seorang mahasiswa adalah penampilan luarnya. Perubahan pada penampilan mahasiswa bisa bermacam-macam, seperti ketika pergi ke kampus menggunakan merek yang berbeda setiap hari, mengupload barang-barang branded yang sedang dibicarakan ke media sosial untuk memberi tahu orang lain, serta berfoto dan video di tempat umum yang sedang tren (Hijrianti & Fitriani, 2020). Karena remaja khususnya mahasiswa merupakan konsumen yang paling rentan terpengaruh berbagai mode kekinian, kendaraan, hiburan dan sebagainya (Akhidah, 2021).

Ada banyak gaya hidup yang menarik bagi para remaja masa kini, mulai dari gaya bahasa, gaya pakaian, gaya pergaulan, terlihat dari bagaimana cara mereka menghabiskannya uang sakunya. Tentunya fenomena perilaku konsumtif akan terus berkembang, karena salah satu faktor yang dapat menimbulkan perilaku konsumtif adalah gaya hidup (Anggraini & Santhoso, 2017).

Gaya hidup merupakan fungsi dari karakteristik pribadi yang terbentuk melalui interaksi sosial. Secara sederhana gaya hidup dapat juga diartikan sebagai gaya hidup seseorang, meliputi kegiatan harian, suka dan tidak suka, minat, sikap, konsumsi, dan harapan (Pratiwi, 2019). Salah satu faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat ketika gaya hidup tersebut dianggap mampu menunjukkan status sosial atau mendapatkan prestise (Windayani & Astiti, 2020).

Susanto (2001) mengatakan bahwa melalui gaya hidup yang diekspresikan dalam simbol tertentu, seperti halnya merek pakaian yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, dan segala sesuatu yang berhubungan dengannya dapat menunjukkan tingkat sosial yang tinggi dalam proses penyesuaian diri dengan lingkungan sosialnya. Anak remaja yang tadinya selalu dalam pengawasan orang tua sampai saat mereka berani merantau untuk melanjutkan ke jenjang perguruan tinggi, banyak hal yang berubah seperti lingkungan baru yang jauh dari rumah dan tentu saja harus bisa mengontrol keuangan secara mandiri, namun hal ini seingkali diabaikan karena terlena oleh nyamannya kehidupan tanpa diawasi orang tua hal ini seperti yang disampaikan oleh informan di Banjarmasin itu hedon, karena uang itu lebih bebas saat di Banjarmasin karena tidak ada yang memantau, mahasiswa selalu diberikan uang jajan tanpa ditanya untuk apa saja uang tersebut, yang sebenarnya uang tersebut diberikan untuk kebutuhan malah digunakan untuk berbelanja memenuhi

keinginan mahasiswa, sedangkan jika mahasiswa berada dikampung halaman nya setiap membeli berbagai macam barang pasti selalu dipertanyakan oleh orang tuanya, yang membuat mahasiswa lebih berhati-hati dalam hal berbelanja.

Membiasakan diri dengan suasana perkuliahan, lingkaran pertemanan yang tidak lagi sama, serta perubahan perubahan prioritas. Karena mahasiswa ingin dianggap kehadirannya, maka mereka berusaha menjadi lingkungan itu. Keperluan untuk diterima pada lingkungan baru dan setara dengan orang lain membuat individu rela melakukan apapun termasuk mengikuti berbagai macam atribut yang sedang populer, mereka mulai memperhatikan pakaian, tas, sepatu, bahkan perilaku orang-orang disekitarnya dan mulai mengikutinya.

Chambers (1987) mengatakan bahwa budaya populer kontemporer (fashion, video, musik, minuman, clubbing, dansa) didominasi telah dipandang 'seolah-olah' dunia periklanan. Tubuh, pakaian, wajah, adalah ketentuan yang telah diambil dari sisi kehidupan lainnya, imajiner: dari film, periklanan, fashion, dan anjuran yang tak terbatas dari sebuah ikonografi pada perkotaan (Featherstone, 2008). Oleh karna hal itu, uang yang tadinya untuk memenuhi kebutuhan pokok menjadi pemenuh keinginan mengikuti gengsi agar menjadi salah satu bagian dari lingkungan yang membentuk pola hidup konsumtif karna selalu ingin mengkonsumsi apa yang dimiliki orang lain, seperti pernyataan informan yang mengatakan ia selalu menyesuaikan dengan lingkungannya seperti misalnya saat berada di daerah asalnya ia merasa tidak apa-apa jika memakai celana pendek, sedangkan saat dibandar ia dipandang aneh oleh orang sekitarnya. Oleh karena itu ia mulai belajar bagaimana harus menyesuaikan dengan standar penampilan pada lingkungannya, dan bukan hanya masalah penampilan ia mengatakan juga menyesuaikan bahasa supaya nyaman berbaur dan merasa diterima oleh teman-teman lingkungannya.

Perilaku konsumtif diartikan sebagai sikap yang disebabkan oleh beberapa faktor sosiologi misalnya karena adanya paksaan lingkungan yang mengharuskan mereka mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan atau bahkan tidak diperlukan dan tidak terencana hanya karna mengikuti tren (Aprilia & Hartono, 2014). Salah satu dampak negatif dari modernisasi adalah gaya hidup masyarakat yang semakin menjadi konsumtif. Individu membelanjakan uang nya bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan pokoknya melainkan untuk memenuhi keinginan untuk menutupi gengsi karna menggunakan produk yang sudah tidak populer. Mereka mengisi waktu istirahat dengan mendatangi mall, coffee shop terbaru, restoran mahal serta membeli pakaian hingga atribut lain nya yang menunjang penampilannya karna tidak ingin ketinggalan tren dan ingin selalu menunjukkan status social nya (Sumodiningrat & Wulandari, 2015).

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap ilmu pengetahuan secara umum dan ilmu sosiologi khususnya yang berkaitan dengan gaya hidup dan perilaku konsumtif. Diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan tentang Gaya Hidup bagi Mahasiswa agar mahasiswa dapat lebih mengontrol keinginannya dan lebih mengedepankan kebutuhan pokok agar terhindar dari perilaku konsumtif.

Metode

Menggunakan metode penelitian kualitatif. Tujuan penelitian kualitatif untuk memperoleh informasi pengetahuan dari sudut pandang informan terhadap pertanyaan yang diteliti, yang akan berisi opini subjektif. Dengan pendekatan postmodern karna menurut postmodernisme, masyarakat modern yang sangat individualis dan mengagung-agungkan teknologi dan rasionalitas. Sementara, mereka sendiri sebenarnya berada pada irasionalitas. Tindakan manusia modern sering kali sulit ditangkap menggunakan akal sehat, mereka cenderung menggunakan berbagai cara untuk mewujudkan tujuannya (Martono, 2018). Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret 2021 – Oktober 2021 pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang berlokasi di Jl. Brigjen H. Hasan Basri, Pangeran, Kec. Banjarmasin Utara, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan 70123. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara yaitu penulis mengajukan pertanyaan yang sudah disiapkan sebelumnya kepada para informan. Data penelitian

bersumber dari hasil wawancara kepada beberapa informan key sesuai dengan cara pemilihan subyek yaitu dengan snowball, adapun data mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Banjarmasin yang menjadi sumber berjumlah 9 orang.

Hasil dan Pembahasan

Gaya hidup yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seperangkat deskripsi yang mencakup aktivitas dan minat mahasiswa, karna gaya hidup dapat dilihat dari kecenderungan bagaimana mahasiswa dalam mengkonsumsi sesuatu di lingkungannya misalnya seperti bentuk fashion, makanan maupun tempat yang mereka datangi. Dari hasil wawancara mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik mempunyai kecenderungan mengkonsumsi sesuatu bukan hanya berdasarkan kebutuhan namun lebih memprioritaskan kesenangan yang didapatkannya dari hasil konsumsi barang atau jasa. Mahasiswa lebih memikirkan bagaimana terlihat menarik, keren, dan stylish sehingga pakaian dikonsumsi bukan lagi berdasarkan kebutuhan, namun pemuas kesenangan yang didapat melalui presepsi orang-orang sekitar terhadap penampilannya.

Fashion dan lingkungan

Perilaku mahasiswa merupakan hasil dari penyesuaian terhadap lingkungan sosialnya, sebagai hasil dari adaptasinya maka perilaku mahasiswa dapat berubah sesuai dengan apa yang ada pada sekitarnya. Terutama pada mahasiswa perantauan yang menyesuaikan diri dengan lingkungan baru yang tentu berbeda dengan kampung halamannya. Perubahan inilah yang memberikan peranan besar terhadap pembentuk kebiasaan mahasiswa dalam menyesuaikan diri tentang gaya hidup, bahasa maupun budaya yang dipengaruhi oleh lingkungan barunya. Perubahan kebiasaan ini dilakukan agar dapat menyamakan diri dengan budaya yang ada pada lingkungan sekitarnya, serta berdampak pada bagaimana perilaku mahasiswa dalam berhadapan dengan orang lainnya karna remaja cenderung meniru beberapa hal yang sama dengan kelompok sebaya mereka mulai dari cara dia berbicara dan berpakaian agar diterima baik di dalam kelompok sekitarnya.

Begitu pula pada lingkungan kampus, mahasiswa khususnya pada masa remaja sangatlah mudah terpengaruh oleh orang lain, namun tidak semua orang mudah dalam bersosialisasi, mahasiswa yang kesulitan dalam menyesuaikan diri terhadap lingkungan baru akan berakibat pada kurangnya rasa percaya diri karna ada perasaan takut tidak diterima oleh lingkungan barunya. Ini akan berimbas pada usaha yang dilakukan mahasiswa agar diterimanya dalam sebuah lingkungan, karna dari beberapa fakta yang ditemukan bahwa mahasiswa yang berpenampilan menarik bisa lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan orang lain, hal inilah yang mendorong mahasiswa untuk mulai menyesuaikan penampilannya.

Seperti yang dikatakan Chaney (1996) bahwa pada akhir modernitas semua yang kita miliki akan menjadi budaya tontonan (*a culture of spectacle*). Semua orang ingin menjadi penonton dan sekaligus ditonton. Ingin melihat tapi sekaligus juga dilihat. Di sinilah gaya mulai menjadi modus keberadaan manusia modern : kamu bergaya maka kamu ada ! kalau kamu tidak bergaya, siap-siaplah untuk dianggap "tidak ada" : diremehkan, diabaikan atau mungkin dilecehkan. Itulah sebabnya mungkin orang sekarang perlu bersolek atau berias diri (Chaney, 1996).

Dari hasil wawancara informan ditemukan bahwasannya mahasiswa pada lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat memiliki standar gaya hidup tertentu terlihat dari penampilan mahasiswanya yang selalu tampil stylish, dan memiliki gaya hidup kelas menengah keatas, bahkan dari mahasiswa bidikmisi pun juga memiliki gaya hidup hedonis.

Untuk menghindari terjadinya penolakan pada lingkungan pergaulannya maka mahasiswa cenderung mengikuti hal-hal baru yang membuatnya akan merasa sama dengan kelompok sebaya mereka, teman sebagai referensi kelompok yang memberikan pengaruh terhadap cara

berpakaian, kegiatan, bahkan hobi. Tuntutan dari lingkungan sosial yang terus mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan membeli, menggunakan, dan konsumsi jasa yang ada. Hal ini membentuk suatu gaya hidup konsumtif karena lingkungan mahasiswa yang menuntut mereka untuk hidup tampil bergaya supaya dianggap “ada” oleh mahasiswa lainnya. Kebutuhan menyamakan diri dengan standar suatu lingkungan, menjadikan seseorang melakukan berbagai cara untuk dapat suatu perhatian dari orang-orang sekitarnya bahwasannya dia “ada, dan bergaya” yaitu respon berupa pujian dari teman sebayang atau lingkungan sekitarnya. Usaha ini lagi-lagi untuk menunjukkan eksistensi pribadi mahasiswa tersebut agar menjadi perhatian bagi lingkungan nya dibandingkan dengan orang lain yang bisa disebut dengan “keren” dibandingkan mahasiswa lainnya, sehingga membuat mahasiswa lainnya mengikuti gayanya dan bertanya Tanya dimana ia membeli pakaian tersebut.

Sebaliknya mahasiswa yang tidak diterima pada lingkungan nya juga mendapatkan perhatian namun berupa ejekan tentang persepsi mereka terhadap penampilan yang dianggap tidak “*matching*” seakan lingkungan tersebut sudah memiliki peraturan tertentu dalam berpenampilan. Persepsi orang-orang sekitar lingkungan lah yang menentukan penampilan seorang mahasiswa, entah itu penerimaan oleh lingkungannya yang berupa pujian atau malah penilaian buruk yang berupa ejekan dari lingkungan nya. Inilah alasan terbentuknya persepsi bahwa penampilan yang bagus akan memudahkan seseorang untuk diterima pada lingkungan nya. Maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup mahasiswa dalam mengkonsumsi atau menggunakan suatu barang dapat berubah tergantung seperti apa persepsi dari orang-orang yang berada di lingkungan sekitar mereka.

Mengikuti Tren

Terlebih saat pandemi covid perkembangan dunia terutama pada pada pakaian semakin berkembang seiring perkembangan zaman dengan banyaknya tren-tren baru yang dapat dilihat dari berbagai sosial media serta berbagai aplikasi online yang mempermudah mahasiswa dalam berbelanja secara online ini semakin mudah dalam mempengaruhi mahasiswa, Chaney (1996) mengatakan *Fashion* (mode) adalah suatu topik yang layak menjadi perhatian kita karena jelas ia merupakan cara aksi yang dirangsang oleh perkembangan industri konsumen. Dinamika perubahan dalam cara-cara fashion yang berbeda begitu jelas mencerminkan proses pembentukan gaya hidup yang lebih luas.

Bagi mahasiswa persoalan fashion adalah sesuatu yang penting, kampus yang harusnya menjadi tempat mahasiswa menimba ilmu, juga dijadikan sebagai tempat untuk berlomba-lomba menunjukkan eksistensinya melalui fashion seperti dilihat bagaimana mahasiswa bergaya untuk datang ke kampus, mereka sangat mementingkan tampilan luar, dimana bagaimana mereka terlihat akan membentuk suatu image tersebut yang membedakan mereka dengan yang lainnya. Gaya berpakaian atau fashion seseorang merupakan sebuah bahan penilaian awal bagi mahasiswa lain nya, dengan menggunakan pakaian yang bagus dan mengikuti tren akan membuat mereka menjadi lebih percaya diri, selain untuk menunjang penampilan mereka pakaian juga berfungsi sebagai simbol yang dapat menunjukkan status sosial mereka. Baudrillard mengatakan masyarakat konsumsi akan “membeli” simbol-simbol yang melekat pada suatu objek, sehingga objek-objek konsumsi banyak yang terkikis nilai guna dan nilai tukarnya. Simbol dan citra masyarakat dalam sistem masyarakat saat ini memang semakin mengalahkan kenyataan. Penampakan lebih penting dari esensi, citra mampu mengubah objek yang fungsinya sama menjadi berbeda. Citra membedakan satu objek dapat bernilai lebih tinggi dibanding yang lainnya. Citra juga mampu memotivasi seseorang untuk rela berkorban demi mengkonsumsi sebuah benda yang tidak signifikan fungsinya (Martono, 2018). Mahasiswa menggunakan pakaian yang bagus karna tidak ingin terlihat kampungan dan tidak ingin kalah dengan orang sekitarnya. Sebaliknya mahasiswa yang tidak mengetahui bagaiman cara berpakaian sesuai dengan trend fashion terbaru mereka dinilai culun, culun adalah bahasa gaul yang artinya naif atau tidak berpengalaman karna dianggap kurang update (kudet) dalam masalah fashion.

Inilah irasionalitas fashion yang membuatnya memesona, lebih dikarenakan adanya diskriminasi-diskriminasi yang sesuai dengan mode mutakhir, bukan berdasarkan pada

realitas material (Chaney, 1996). Untuk menjaga eksistensinya mahasiswa yang ingin selalu terlihat stylish, keren dan fashionable mengharuskan nya untuk selalu mengganti gaya jika ada model fashion terbaru supaya mereka tidak memakai pakaian yang sama terus menerus. Mahasiswa selalu mencari cari informasi tentang mode fashion terbaru yang sedang tren baik di media sosial maupun media informasi lainnya seperti Instagram, tiktok dan twitter atau hanya dengan melihat dari penampilan teman sebayanya. Pakaian tersebut benar-benar dibutuhkan atau tidak, kadang bukan menjadi pertimbangan bagi para mahasiswa untuk membelinya selama dia menyukainya, semakin terlihat keren dan menarik mahasiswa akan membelinya tanpa pertimbangan kebutuhan kedepannya dan mengabaikan fungsi utama pakaian dengan mengonsumsinya secara berlebihan tanpa batasan yang mengarahkan mahasiswa pada perilaku konsumtif yang berakibat pada pemborosan dalam memanfaatkan uang jajan yang dimilikinya.

Self Love dan Self Reward

Mahasiswa sekarang banyak terjebak dalam kehidupan konsumtif, dengan rela mengeluarkan uangnya untuk menuruti segala keinginan dalam kesehariannya, mahasiswa biasanya menghabiskan uang mereka untuk *fashion*, makanan, benda-benda mewah, nongkrong, hingga travelling. Faktor internal yang muncul dalam diri mahasiswa yaitu berupa *self love* yang bertujuan untuk meningkatkan motivasi dan semangat, kata *self love* diartikan sebagai mencintai diri sendiri, tetapi bukan berarti memenuhi diri dengan semua keinginan yang berujung menjadi perilaku konsumtif. Mahasiswa mengartikan *self love* dengan membelanjakan uang adalah hal yang wajar untuk dilakukan demi kepentingan diri sendiri untuk mencapai kebahagiaan.

Bagi baudrillard (1998) pada awalnya kebahagiaan yang dicita-citakan manusia memiliki arti dan fungsi ideologis yang dapat disimpulkan dari akibat-akibat yang besar dari maknanya. Agar kebahagiaan ini dapat menjadi simbol “kesetaraan (*egaliter*)” dan menjadi tolak ukur bagi individu, maka kebahagiaan ini harus dapat diukur. Akibatnya, kebahagiaan dapat diukur melalui objek-objek dan tanda-tanda, kenyamanan, kebahagiaan diposisikan sebagai kenikmatan total dan bersifat batiniah tergantung pada tanda-tanda yang dapat menunjukkannya pada pandangan orang lain dan orang-orang terdekat. Self love di salah artikan dengan mengkonsumsi berbagai macam jasa atau produk untuk memberikan kesenangan pada diri sendiri seperti berbelanja tas baru, baju baru, ataupun jalan-jalan yang apabila keinginan untuk mendapatkan kebahagiaan ini dilakukan secara berlebihan maka akan berujung pada pemborosan.

Selain *self love*, ada pula mahasiswa yang beralasan *self reward* sebagai apresiasi kepada diri sendiri karna sudah bekerja keras, yang secara tidak sadar dilakukan mahasiswa secara berulang-ulang tanpa memikirkan seberapa banyak pengeluarannya yang penting setelahnya mereka mendapatkan kesenangan atas segala aktivitas yang mereka lakukan. Usaha dalam memberikan apresiasi ini lah yang tanpa mahasiswa sadari membentuk perilaku konsumtifnya dengan “*self reward*” sebagai alasan nya supaya lebih semangat lagi dalam menjalani perkuliahan, akibatnya muncul pemborosan karena terlalu banyak pengeluaran, dan bukan nya memenuhi *self reward* malah melarat.

Simpulan

Pakaian bukan lagi sekedar untuk menutupi bagian tubuh, namun apa yang dipakai mahasiswa akan menentukan siapa dirinya dan dari mana ia berasal, lingkungan lah yang menentukan penampilan seorang mahasiswa, entah itu penerimaan oleh lingkungannya yang berupa pujian atau malah penilaian buruk yang berupa ejekan dari lingkungannya, keinginan untuk dianggap “ada” oleh lingkungannya berimbas pada perilaku konsumtif mahasiswa karna mahasiswa merasa jika dia mencintai dirinya sendiri (*self love*) maka harus membuat dirinya dianggap oleh lingkungannya dengan cara terlihat keren dan mendapatkan pujian dari lingkungan sekitarnya, tak usai disana mahasiswa sering kali juga menggunakan *self reward* sebagai alasan berperilaku konsumtif, karna merasa itu adalah sebuah imbalan yang wajar atas kerja kerasnya dalam menjalani dunia perkuliahan dengan

mengonsumsi berbagai macam jasa atau produk untuk memberikan kesenangan pada diri sendiri seperti berbelanja tas baru, baju baru, ataupun jalan-jalan yang apabila keinginan untuk mendapatkan kebahagiaan ini dilakukan secara berlebihan maka akan berujung pada pemborosan.

Daftar Pustaka

Jurnal

- Alviyah, K. (2020). Perilaku Konsumsi Budaya Masyarakat dalam Tradisi Labuhan Ageng di Pantai Sembukan. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development (IJSED)* Vol. 2 Issue 2 Juli-Desember 2020, Halaman 135-143.
- Astiti, S. W. (2020). Peran konformitas dan gaya hidup brand minded terhadap perilaku konsumtif mahasiswi di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana Edisi Khusus Kesehatan Mental dan Budaya* 2, 96-108.
- Fitriani, U. R. (2020). Peran Konformitas sebagai Mediator Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. Vol. 6, No. 1, 48-59.
- Masnida Khairat, N. ' (2018). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi Islam*.
- SAFRI, S. (2020). Analisis Perilaku Konsumsi Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Bidikmisi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN SMH Banten. Skripsi.
- Santhoso, R. T. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. *Gajah Mada Journal Of Psychology*, Volume 3, NO. 3 : 131-140

Buku

- Baudrillard, Jean. 2004. *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Kencana.
- Chaney, D. 2009. *LIFE STYLE sebuah pengantar komprehensif*. Yogyakarta : JALASUTRA.
- Featherstone, M. (2008). *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Susanto, A.B. (2001). *Potret-Potret gaya hidup metropolis*. Jakarta : Kompas Media Nusantara.
- Martono, N. (2016). *Sosiologi Perubahan Sosial : Perspektif Klasik, Modern, Postmodern, dan Poskolonial*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Martono, N. (2018). *Sosiologi Perubahan Sosial : Perspektif klasik, Modern, Postmodern, dan Poskolonial*. Depok : Rajawali Pers.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sumodiningrat, G., & Wulandari, A. (2015). *Revolusi mental pembentukan karakter bangsa Indonesia*. Yogyakarta: Media Pressindo.

Skripsi

- Akhidah, L. K. (2021). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua dan Kelompok Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif. Skripsi.
- Pratiwi, R. I. (2019). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Produk Skincare Pada Mahasiswi Universitas Medan Area Fakultas Psikologi.