

HEDONISME DAN GAYA HIDUP KONSUMTIF DI KALANGAN MAHASISWA MUSLIM

Arina Sami Sarah Munthe¹, Iza Harahap², Syuja Fitri Avani³, Uni Syintia Nasution⁴,
Nadiva Ayurin⁵, Hapni Laila Siregar⁶

arinasamisarah@gmail.com¹, izaharahap.4241131027@mhs.unimed.ac.id²,
syujaavani7@gmail.com³, unisyantia.4241131001@mhs.unimed.ac.id⁴,
nadivaayurin@gmail.com⁵, hapnilaila@unimed.ac.id⁶

Universitas Negeri Medan

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan signifikan terhadap pola hidup masyarakat, termasuk mahasiswa. Salah satu fenomena yang banyak muncul adalah gaya hidup hedonisme yang sering berkaitan dengan perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena gaya hidup hedonis dan kecenderungan perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Muslim di kota Medan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarluaskan secara online menggunakan Google Form. Sampel penelitian terdiri dari mahasiswa Muslim aktif dari beberapa universitas di kota Medan, yaitu Universitas Negeri Medan (UNIMED) dan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SU). Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan kecenderungan sikap mahasiswa terhadap gaya hidup hedonis, pengaruh media sosial, serta perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak sepenuhnya terpengaruh oleh tren gaya hidup konsumtif yang berkembang di media sosial maupun lingkungan pergaulan. Mayoritas mahasiswa menunjukkan kemampuan dalam mengontrol keinginan konsumtif, memiliki tingkat kepercayaan diri yang cukup baik, serta mampu membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Selain itu, dalam perspektif Islam, sikap tersebut mencerminkan penerapan nilai-nilai kesederhanaan, pengendalian diri, dan keseimbangan hidup. Penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun gaya hidup hedonis menjadi fenomena yang berkembang di kalangan generasi muda, sebagian besar mahasiswa Muslim masih mampu mempertahankan nilai-nilai religius dan rasional dalam mengelola gaya hidup serta perilaku

Kata Kunci: Hedonisme, Gaya Hidup Konsumtif, Mahasiswa Muslim, Media Sosial, Perilaku Konsumsi.

ABSTRACT

The rapid development of digital technology and social media has significantly influenced the lifestyle patterns of modern society, particularly among university students. One of the emerging phenomena associated with this development is the hedonistic lifestyle, which is often closely related to consumptive behavior. Exposure to various lifestyle trends, luxury goods, and social comparisons through digital platforms can encourage individuals, especially young people, to pursue pleasure, prestige, and material satisfaction. This condition has the potential to shape students' attitudes toward consumption and daily lifestyle choices. This study aims to analyze the phenomenon of hedonistic lifestyles and the tendency toward consumptive behavior among Muslim university students in the city of Medan. The research employs a quantitative approach with data collected through an online questionnaire distributed via Google Forms. The sample consisted of active Muslim students from several universities in Medan, particularly Universitas Negeri Medan (UNIMED) and Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN-SU). The collected data were analyzed using descriptive statistical analysis to identify patterns and tendencies in students' responses regarding lifestyle, the influence of social media, and their consumption behavior. The findings indicate that the majority of respondents are not fully influenced by the consumptive lifestyle trends widely promoted on social media or within their social environment. Most students demonstrate the ability to control their consumptive desires, possess adequate self-confidence, and are able to distinguish between needs and wants. From an Islamic perspective, these attitudes reflect

the implementation of values such as moderation, self-control, and balance in life. The results suggest that despite the increasing exposure to hedonistic trends, most Muslim students maintain rational considerations and religious values in managing their lifestyle and consumption behavior.
Keywords: Hedonism, Consumptive Lifestyle, Muslim Students, Social Media, Consumption Behavior

PENDAHULUAN

Kehadiran modernisasi dan kemajuan teknologi seiring perkembangan zaman berdampak signifikan terhadap perubahan gaya hidup masyarakat, termasuk mahasiswa. Mahasiswa cenderung berlomba-lomba mengikuti tren yang mengarah pada gaya hidup hedonis, yang kemudian menjadi bagian dari kebiasaan dalam keseharian mereka (Anugrah, 2024). Fenomena ini terlihat dari meningkatnya aktivitas konsumtif seperti nongkrong di kafe, berbelanja di pusat perbelanjaan, membeli merchandise idola, hingga berbagai aktivitas lain yang bertujuan memperoleh pengakuan sosial (Thamrin & Achiruddin, 2021). Secara konseptual, gaya hidup hedonis ditandai oleh kecenderungan bersikap impulsif, mengikuti tren, kurang rasional, serta mudah terpengaruh lingkungan (Seftiana et al., 2023). Banyak individu cenderung mengikuti tren perkembangan zaman dengan pola hidup yang berfokus pada kebiasaan glamor, menghabiskan uang secara berlebihan, serta mengalokasikan waktu hanya untuk kesenangan. Pola hidup seperti ini memengaruhi sikap seseorang dalam memenuhi keinginan dan menjadi langkah awal meningkatnya sifat konsumtif dalam masyarakat. Dengan mengikuti gaya hidup hedonis, secara tidak langsung perilaku masyarakat pun semakin konsumtif (Nurazijah, Fitriani, & Rustini., 2023).

Penelitian sebelumnya juga menjelaskan fenomena serupa yang menunjukkan bahwa mahasiswa menerapkan gaya hidup hedonis karena mengikuti perkembangan zaman, bahkan sekolah atau kampus dijadikan sebagai tempat memamerkan penampilan dan gaya hidup (Lina dkk,2022). Hasil penelitian sebelumnya juga menegaskan, kampus yang idealnya menjadi tempat menimba ilmu, bertukar ide, dan mengembangkan potensi diri, dalam beberapa kondisi justru berubah menjadi ajang untuk memamerkan penampilan dan gaya hidup (Seftiana et al,2023). Sejalan dengan itu, Yusnia (dalam Rianton, 2014) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis menuntut biaya besar karena kesenangan hidup sering diukur dari keberhasilan material, sehingga uang, harta, dan kemewahan menjadi standar pencapaian social. Selain hedonisme, fenomena Fear of Missing Out (FOMO) turut memperkuat gaya hidup mahasiswa masa kini. (Stillman,2018) mengungkapkan bahwa kekhawatiran paling mendasar generasi Z adalah takut ketinggalan informasi menarik dan takut dianggap tidak eksis. Kekhawatiran ini dikenal sebagai Fear of Missing Out (FOMO). Secara visual FOMO sebagai perasaan tidak nyaman, cemas, dan takut akan kehilangan momen berharga yang dimiliki individu atau kelompok lain, serta ditandai dengan keinginan untuk tetap terhubung dengan aktivitas orang lain melalui internet atau dunia maya. Menurut (Intelligence,2012), FOMO merupakan perasaan gelisah dan perhatian berlebihan terhadap hal-hal yang mungkin terlewatkan, terutama terkait aktivitas teman sebaya. Dossey menyatakan bahwa FOMO dapat dipahami sebagai bentuk kecemasan sosial. Beberapa fakta mengenai FOMO menunjukkan bahwa fenomena ini menjadi motivasi dalam penggunaan internet, khususnya media sosial. Tingkat FOMO tertinggi dialami oleh remaja dan dewasa awal. Kepuasan hidup yang rendah dan kurangnya pemenuhan kebutuhan psikologis sering dikaitkan dengan level FOMO yang tinggi. FOMO juga ditemukan pada individu yang sulit berkonsentrasi dan pada siswa yang menggunakan media sosial saat pelajaran di kelas.

Berdasarkan fenomena yang berkembang di kalangan mahasiswa dan diperkuat oleh temuan empiris sebelumnya, terlihat bahwa gaya hidup hedonis tidak berdiri sendiri, melainkan berkaitan dengan konformitas sosial dan fenomena Fear of Missing Out

(FOMO). Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian secara mendalam untuk menganalisis hubungan serta kontribusi masing-masing variabel dalam membentuk kecenderungan gaya hidup hedonis mahasiswa, sehingga diperoleh pemahaman yang lebih utuh dan komprehensif mengenai dinamika perilaku tersebut di era modern.

METODOLOGI

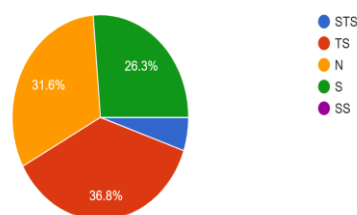
Penelitian ini dilaksanakan di berbagai Universitas dikota Medan (UNIMED & UIN-SU) dengan menggunakan metode angket dan pengumpulan data. Pada penelitian ini mahasiswa/mahasiswi dari berbagai Universitas di kota Medan (UNIMED & UIN-SU) diberikan angket berupa link google form kemudian hasil data google form dianalisis dan di deskripsikan sesuai hasil yang didapat. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana hedonisme dan gaya hidup konsumtif di kalangan mahasiswa/mahasiswi. Sampel yang digunakan yaitu mahasiswa dan mahasiswi yang aktif dan beragama Islam di berbagai Universitas di kota Medan (UNIMED & UIN-SU).

Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan peneliti adalah menggunakan kuesioner (angket) yang disebar secara online ke mahasiswa Universitas dikota Medan (UNIMED & UIN-SU). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan alat bantu berupa kuesioner online yang disusun menggunakan google formulir.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penyebaran angket, diperoleh hasil serta pendapat yang ikut disampaikan terkait penelitian yang dilakukan mengenai Hedonisme dan Gaya Hidup Konsumtif di Kalangan Mahasiswa Muslim Di Universitas Kota Medan (UNIMED & UIN-SU). Dari hasil angket tersebut, peneliti merangkum secara sistematis dan diperoleh hasil sebagai berikut.

Saya merasa perlu mengikuti tren fashion atau gadget terbaru agar tidak dianggap ketinggalan zaman oleh lingkungan sekitar.
19 responses

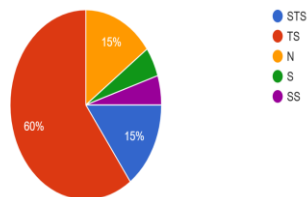


Dari diagram di atas terlihat bahwa dari 19 responden, sebanyak 36,8% responden menyatakan tidak setuju (TS) dan 5,3% responden sangat tidak setuju (STS) terhadap pernyataan bahwa mereka perlu mengikuti tren fashion atau gadget terbaru agar tidak dianggap ketinggalan zaman. Sementara itu, 31,6% responden bersikap netral (N) dan 26,3% responden menyatakan setuju (S). Tidak terdapat responden yang memilih sangat setuju (SS). Jika digabungkan, maka sekitar 42,1% responden cenderung tidak merasa perlu mengikuti tren hanya untuk menghindari anggapan ketinggalan zaman, sedangkan 26,3% responden merasa perlu mengikuti tren tersebut.

Analisis dari hasil survei ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa tidak merasa tertekan untuk selalu mengikuti tren fashion atau gadget terbaru demi mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosial. Hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kesadaran terhadap kebutuhan yang lebih penting, pertimbangan ekonomi, atau sikap kritis terhadap budaya konsumtif. Di sisi lain, sebagian responden tetap merasa perlu mengikuti

tren, kemungkinan karena adanya pengaruh lingkungan pergaulan, keinginan untuk tetap terlihat modern, atau agar dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Adanya responden yang memilih netral menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa masih berada pada posisi tengah, yaitu tidak sepenuhnya menolak maupun mengikuti tren tersebut, tetapi menyesuaikannya dengan situasi dan kebutuhan. Variasi sikap ini menggambarkan bahwa pandangan mahasiswa terhadap tren fashion dan gadget cukup beragam serta dipengaruhi oleh faktor sosial, ekonomi, dan preferensi pribadi.

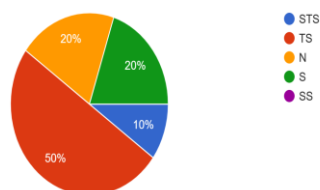
Saya merasa kurang percaya diri ketika melihat teman-teman memiliki barang bermerek atau gadget yang lebih baru daripada milik saya.
20 responses



Dari diagram di atas terlihat bahwa dari 20 responden, sebanyak 60% responden menyatakan tidak setuju (TS) dan 15% responden sangat tidak setuju (STS) terhadap pernyataan bahwa mereka merasa kurang percaya diri ketika melihat teman-teman memiliki barang bermerek atau gadget yang lebih baru daripada milik mereka. Sementara itu, 15% responden bersikap netral (N), 5% responden menyatakan setuju (S), dan 5% responden sangat setuju (SS). Jika digabungkan, maka sekitar 75% responden tidak merasa kurang percaya diri meskipun teman-teman mereka memiliki barang yang lebih baru atau lebih bermerek, sedangkan 10% responden merasa kurang percaya diri dalam situasi tersebut.

Analisis dari hasil survei ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki tingkat kepercayaan diri yang cukup baik dan tidak terlalu terpengaruh oleh kepemilikan barang bermerek atau gadget terbaru yang dimiliki oleh teman-teman mereka. Hal ini dapat disebabkan oleh kesadaran bahwa nilai diri seseorang tidak ditentukan oleh barang yang dimiliki, melainkan oleh kemampuan, kepribadian, dan prestasi. Namun, sebagian kecil responden masih merasa kurang percaya diri ketika membandingkan kepemilikan barang dengan orang lain. Hal ini kemungkinan dipengaruhi oleh faktor lingkungan sosial, tekanan pergaulan, atau adanya standar gaya hidup tertentu di kalangan mahasiswa. Sementara itu, responden yang memilih netral menunjukkan bahwa mereka terkadang merasakan perasaan tersebut, tetapi tidak selalu menjadikannya sebagai hal yang memengaruhi kepercayaan diri secara signifikan. Variasi jawaban ini menunjukkan bahwa pengaruh kepemilikan barang terhadap rasa percaya diri mahasiswa masih beragam dan dipengaruhi oleh faktor psikologis serta lingkungan sosial.

Saya terdorong membeli barang tertentu karena sering melihatnya digunakan atau dipamerkan di media sosial.
20 responses

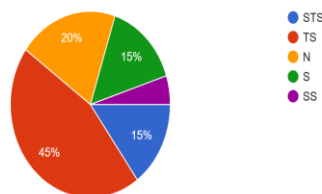


Dari diagram di atas terlihat bahwa dari 20 responden, sebanyak 50% responden menyatakan tidak setuju (TS) dan 10% responden sangat tidak setuju (STS) terhadap

pernyataan bahwa mereka terdorong membeli barang tertentu karena sering melihatnya digunakan atau dipamerkan di media sosial. Sementara itu, 20% responden bersikap netral (N) dan 20% responden menyatakan setuju (S), serta tidak terdapat responden yang memilih sangat setuju (SS). Jika digabungkan, maka sekitar 60% responden tidak merasa terdorong membeli barang karena pengaruh media sosial, sedangkan 20% responden merasa terdorong oleh pengaruh tersebut.

Analisis dari hasil survei ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa tidak mudah terpengaruh oleh tampilan atau promosi barang yang sering muncul di media sosial dalam keputusan pembelian mereka. Hal ini dapat disebabkan oleh kesadaran untuk lebih mempertimbangkan kebutuhan dibandingkan keinginan, serta adanya sikap selektif terhadap informasi yang beredar di media sosial. Namun, sebagian responden tetap mengakui bahwa media sosial dapat memengaruhi keinginan untuk membeli barang tertentu. Hal ini kemungkinan terjadi karena media sosial sering menampilkan gaya hidup modern, promosi produk, atau rekomendasi dari influencer yang dapat menarik perhatian pengguna. Sementara itu, responden yang memilih netral menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian tidak selalu dirasakan secara langsung, tetapi dapat muncul dalam situasi tertentu. Variasi jawaban ini menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi mahasiswa masih beragam dan dipengaruhi oleh faktor kesadaran pribadi, lingkungan sosial, serta intensitas penggunaan media sosial.

Saya merasa sulit mengontrol keinginan konsumtif meskipun menyadari keterbatasan kondisi keuangan
20 responses

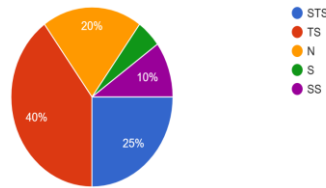


Berdasarkan diagram di atas, terlihat bahwa mayoritas responden, yaitu sebanyak 60% (gabungan dari 45% Tidak Setuju dan 15% Sangat Tidak Setuju), menyatakan tidak merasa sulit mengontrol keinginan konsumtifnya meskipun menyadari adanya keterbatasan finansial. Di sisi lain, sebanyak 20% responden mengaku kesulitan mengontrol keinginan tersebut (gabungan 15% Setuju dan 5% Sangat Setuju), sementara 20% sisanya bersikap netral.

Analisis dari hasil survei ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Muslim memiliki kesadaran diri yang cukup kuat dalam membedakan antara keinginan (*want*) dan kebutuhan (*need*). Dalam perspektif Islam, sikap ini mencerminkan keberhasilan dalam melakukan "Mujahadatun Nafsi" (perjuangan melawan hawa nafsu), di mana individu tidak membiarkan dirinya dikendalikan oleh nafsu materialistik. Mayoritas mahasiswa cenderung menerapkan prinsip "Iqtishad" (hidup hemat dan proporsional), yang merupakan jalan tengah agar tidak terjatuh pada perilaku *israf* (berlebih-lebihan) maupun *tabzir* (pemborosan) yang dilarang dalam Al-Qur'an.

Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa bagi sebagian besar mahasiswa Muslim, keterbatasan finansial dipandang sebagai pengingat untuk tetap bersikap bijak dan religius dalam mengelola harta, sehingga mereka tetap mampu menjaga martabat dan ketenangan hidup tanpa harus memaksakan gaya hidup di luar kemampuan.

Saya sering ikut nongkrong atau hangout meskipun lelah atau ada kewajiban lain, agar tetap dianggap eksis dalam pergaulan.
20 responses



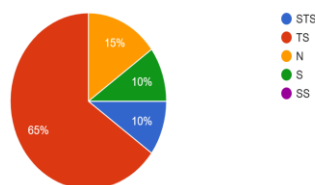
Berdasarkan diagram di atas, terlihat bahwa mayoritas responden, yaitu sebanyak 65% (gabungan dari 40% Tidak Setuju dan 25% Sangat Tidak Setuju), menyatakan tidak memaksakan diri untuk ikut berkumpul atau *nongkrong* jika sedang lelah atau memiliki kewajiban lain demi menjaga eksistensi pergaulan. Sebaliknya, terdapat 15% responden yang menyatakan setuju (gabungan 5% Setuju dan 10% Sangat Setuju) bahwa mereka tetap ikut bergaul meskipun dalam kondisi lelah atau sibuk, sementara 20% sisanya bersikap netral.

Analisis dari hasil survei ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa Muslim sudah memiliki skala prioritas yang baik dan mampu mengelola waktunya secara bijak. Dalam perspektif Islam, hal ini mencerminkan sikap "Hifdzul Waqt" (menjaga waktu), di mana seorang Muslim diharapkan mampu membedakan antara kebutuhan sosial yang bermanfaat dengan kegiatan yang sekadar untuk mengejar pengakuan manusia (*riya'* atau sekadar eksistensi). Ketegasan responden untuk mengutamakan kewajiban (seperti tugas akademik atau ibadah) di atas keinginan untuk sekadar "eksis" sejalan dengan prinsip menghindari kegiatan yang bersifat *laghwi* (sia-sia).

Di sisi lain, sebagian kecil mahasiswa yang merasa harus tetap hadir dalam pergaulan meskipun dalam kondisi lelah mungkin didorong oleh rasa takut akan keterasingan sosial (*Fear of Missing Out*) atau keinginan kuat untuk menjaga silaturahmi. Namun, jika motivasinya semata-mata hanya agar dianggap "eksis," hal ini bisa bersinggungan dengan gaya hidup hedonistik yang mengedepankan kesenangan sesaat dan pengakuan semu.

Secara keseluruhan, data ini memberikan gambaran positif bahwa mahasiswa Muslim pada umumnya masih memegang teguh prinsip keseimbangan hidup (*tawazun*). Mereka memahami bahwa keberadaan atau eksistensi sejati seorang Muslim tidak diukur dari seberapa sering ia terlihat di tempat-tempat *hangout*, melainkan dari kemampuannya menunaikan amanah dan kewajiban dengan penuh tanggung jawab.

Saya merasa khawatir dikucilkan atau dianggap tidak gaul jika jarang ikut berkumpul dengan teman-teman.
20 responses

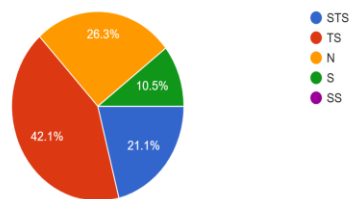


hasil bahwa 65% responden menyatakan tidak setuju, 10% sangat tidak setuju, 15% netral, dan 10% setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak merasa khawatir akan dikucilkan ketika tidak sering berkumpul dengan teman-teman. Artinya, dalam konteks sosial responden, intensitas kehadiran dalam aktivitas pertemanan tidak selalu menjadi faktor utama dalam penerimaan sosial.

Fenomena ini dapat dijelaskan melalui teori (interaksi social) yang menyatakan bahwa hubungan sosial tidak hanya dibangun melalui frekuensi pertemuan, tetapi juga melalui kualitas interaksi, kepercayaan, serta komunikasi yang terjadi antar individu. Menurut (George Herbert Mead), interaksi sosial membentuk identitas individu melalui proses simbolik dan komunikasi, bukan semata-mata melalui keberadaan fisik dalam suatu kelompok.

Selain itu, konsep social belonging menjelaskan bahwa individu tetap dapat merasa menjadi bagian dari kelompok meskipun tidak selalu hadir secara langsung dalam aktivitas sosial tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa penerimaan sosial dalam kelompok responden cenderung lebih fleksibel dan tidak sepenuhnya bergantung pada partisipasi fisik dalam pertemuan.

Saya merasa lebih dihargai dalam pertemanan ketika memiliki gaya hidup, barang, atau aktivitas yang dianggap "keren".
19 responses

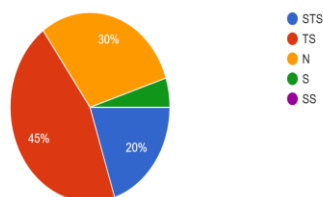


hasil bahwa 42,1% responden tidak setuju, 21,1% sangat tidak setuju, 26,3% netral, dan 10,5% setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak menganggap bahwa penghargaan dalam pertemanan ditentukan oleh gaya hidup atau kepemilikan barang yang dianggap keren. Dengan kata lain, hubungan sosial di antara responden lebih didasarkan pada nilai-nilai seperti kesamaan minat, kepercayaan, dan kenyamanan interpersonal dibandingkan dengan simbol status sosial.

Temuan ini dapat dijelaskan melalui teori modal sosial yang dikemukakan oleh (Pierre Bourdieu). Bourdieu menjelaskan bahwa dalam hubungan sosial terdapat berbagai bentuk modal, seperti modal ekonomi, modal sosial, dan modal budaya. Modal sosial berupa jaringan pertemanan dan hubungan interpersonal sering kali lebih berperan dalam membangun penghargaan dalam kelompok dibandingkan dengan simbol materi atau gaya hidup.

Selain itu, penelitian oleh (Roy Baumeister dan Mark Leary) dalam teori *Need to Belong* menyatakan bahwa manusia memiliki kebutuhan dasar untuk diterima dalam kelompok sosial, namun penerimaan tersebut biasanya didasarkan pada hubungan interpersonal yang stabil dan saling menghargai, bukan pada atribut materi atau gaya hidup semata.

Saya cenderung lebih dekat dengan teman yang memiliki gaya hidup serupa atau status sosial yang dianggap lebih tinggi.
20 responses



menunjukkan bahwa 45% responden tidak setuju, 20% sangat tidak setuju, 30% netral, dan 5% setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tidak menjadikan

gaya hidup atau status sosial sebagai faktor utama dalam menentukan kedekatan pertemanan. Hal ini mengindikasikan bahwa hubungan sosial dalam kelompok responden lebih bersifat egaliter dan tidak terlalu dipengaruhi oleh stratifikasi sosial.

Dalam perspektif sosiologi, fenomena ini berkaitan dengan konsep homofili sosial, yaitu kecenderungan individu untuk berinteraksi dengan orang yang memiliki kesamaan karakteristik tertentu. Konsep ini dijelaskan oleh (Paul Lazarsfeld dan Robert K. Merton), yang menyatakan bahwa kesamaan nilai, minat, atau latar belakang sering menjadi faktor utama dalam pembentukan hubungan sosial.

Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesamaan status sosial atau gaya hidup bukanlah faktor dominan dalam membangun kedekatan pertemanan. Hal ini mengindikasikan bahwa hubungan sosial responden lebih dipengaruhi oleh faktor lain seperti kenyamanan emosional, pengalaman bersama, serta kesamaan nilai dan tujuan.

Pembahasan

Fenomena gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa merupakan salah satu isu sosial yang semakin banyak dibahas dalam berbagai penelitian ilmu sosial, ekonomi, maupun studi keislaman. Hedonisme secara umum dipahami sebagai pandangan hidup yang menempatkan kesenangan, kenikmatan, dan kepuasan pribadi sebagai tujuan utama dalam kehidupan manusia. Konsep ini telah dikenal sejak *zaman filsafat Yunani kuno* yang dipelopori oleh *Aristippus* dan kemudian berkembang dalam berbagai kajian filsafat moral modern. Dalam konteks kehidupan modern, hedonisme tidak lagi hanya dipahami sebagai konsep filosofis, tetapi juga sebagai pola gaya hidup yang tercermin dalam perilaku konsumsi seseorang.

Dalam kehidupan mahasiswa, gaya hidup hedonis seringkali muncul sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan sosial dan perkembangan teknologi. Mahasiswa sebagai kelompok generasi muda memiliki karakteristik yang cenderung dinamis, mudah menerima pengaruh budaya populer, serta memiliki keinginan yang tinggi untuk mengekspresikan identitas diri. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Hadi dan Setiawan, 2024). gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa berkaitan erat dengan meningkatnya akses terhadap berbagai bentuk konsumsi modern seperti belanja online, hiburan digital, serta tren gaya hidup yang berkembang di media sosial. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan gaya hidup hedonis pada mahasiswa, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang mereka lakukan. Hal ini menunjukkan bahwa hedonisme tidak hanya berkaitan dengan pencarian kesenangan semata, tetapi juga berkaitan dengan pola konsumsi yang berlebihan dan kurang mempertimbangkan aspek kebutuhan yang sebenarnya. Dalam praktiknya, gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa dapat terlihat dari berbagai aktivitas sehari-hari seperti kebiasaan menghabiskan waktu di tempat hiburan atau kafe, membeli barang-barang bermerek untuk meningkatkan citra diri, mengikuti tren fashion atau gadget terbaru, serta lebih memprioritaskan gaya hidup daripada kebutuhan akademik. Perilaku tersebut seringkali muncul sebagai upaya untuk memperoleh pengakuan sosial dari lingkungan pergaulan. Dalam perspektif sosiologi, perilaku ini berkaitan dengan konsep identitas sosial, yaitu keinginan individu untuk menyesuaikan diri dengan kelompok sosial tertentu agar dapat diterima oleh lingkungan sekitarnya.

Salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap munculnya gaya hidup hedonis pada mahasiswa adalah pengaruh media sosial. Media sosial saat ini telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan generasi muda. Melalui platform seperti Instagram, TikTok, maupun YouTube, mahasiswa dapat dengan mudah melihat berbagai bentuk gaya hidup yang ditampilkan oleh influencer, selebriti, maupun teman sebaya. Tampilan kehidupan yang penuh kemewahan dan kesenangan di media sosial seringkali menciptakan standar gaya hidup tertentu yang kemudian dianggap sebagai sesuatu yang ideal untuk

ditiru. Penelitian yang dilakukan oleh (Amelia dkk., 2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Hal ini terjadi karena media sosial dapat memunculkan keinginan untuk mengikuti tren yang sedang populer serta menunjukkan status sosial melalui konsumsi barang atau pengalaman tertentu. Selain itu, media sosial juga memunculkan fenomena yang dikenal sebagai Fear of Missing Out (FOMO), yaitu perasaan takut tertinggal dari tren atau pengalaman yang sedang dialami oleh orang lain. Fenomena ini seringkali mendorong mahasiswa untuk melakukan konsumsi yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, tetapi dilakukan demi mengikuti tren yang sedang berkembang.

Selain media sosial, lingkungan pergaulan juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi gaya hidup mahasiswa. Lingkungan sosial memiliki peran besar dalam membentuk perilaku individu karena manusia pada dasarnya merupakan makhluk sosial yang cenderung menyesuaikan diri dengan kelompoknya. Ketika seorang mahasiswa berada dalam lingkungan pergaulan yang memiliki gaya hidup konsumtif, maka individu tersebut akan lebih mudah terpengaruh untuk mengikuti pola gaya hidup yang sama.

Penelitian yang dilakukan oleh (Perdana dan Miftah, 2025) menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis seringkali digunakan oleh mahasiswa sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas diri serta memperoleh pengakuan sosial dari kelompok pergaulan mereka. Dalam konteks ini, konsumsi tidak lagi sekadar memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi simbol status sosial yang menunjukkan posisi seseorang dalam kelompoknya.

Oleh karena itu, banyak mahasiswa yang rela mengeluarkan uang dalam jumlah besar untuk membeli barang-barang tertentu agar dapat dianggap setara dengan teman-temannya. Perkembangan dalam bidang teknologi digital juga berperan signifikan dalam meningkatkan kecenderungan gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa. Saat ini, berbagai platform e-commerce dan layanan teknologi finansial seperti *paylater* memudahkan masyarakat untuk bertransaksi tanpa harus melakukan pembayaran secara langsung. Kemudahan ini seringkali mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian impulsif tanpa mempertimbangkan situasi keuangan mereka. Sebuah studi yang dilakukan oleh (Priyadi dan Rinawati, 2024) mengungkapkan adanya keterkaitan yang cukup kuat antara gaya hidup hedonis dan penggunaan layanan *paylater* di kalangan mahasiswa. Mereka yang cenderung mengadopsi gaya hidup hedonis umumnya lebih sering memanfaatkan layanan ini untuk memenuhi hasrat konsumsi mereka. Ini menunjukkan bahwa kemajuan dalam teknologi finansial membawa dampak ganda, yaitu memfasilitasi transaksi tetapi juga berpotensi memicu perilaku boros yang tidak terkontrol.

Dari sejumlah faktor tersebut, gaya hidup hedonis tentu memiliki beragam dampak bagi kehidupan mahasiswa. Salah satu dampak yang paling terlihat adalah tantangan dalam pengelolaan keuangan pribadi. Mahasiswa yang terbiasa hidup hedonis sering menghadapi kesulitan dalam mengatur pengeluaran mereka. Pengeluaran cenderung lebih didasarkan pada keinginan ketimbang kebutuhan sehingga seringkali berujung pada keadaan keuangan yang tidak seimbang.

Dalam pandangan Islam, gaya hidup berlebihan yang bersifat hedonis tidak dianjurkan karena bertentangan dengan prinsip kesederhanaan dan keseimbangan yang terdapat dalam ajaran agama. Islam mengajarkan bahwa manusia harus dapat menyeimbangkan antara kehidupan di dunia dan kehidupan setelah mati. Kegiatan konsumsi diperbolehkan asalkan dilakukan secara wajar dan tidak berlebihan. Dalam ajaran Islam, ada istilah *israf* yang mengacu pada perilaku berlebihan dan *tabdzir* yang berarti pemborosan. Kedua sikap ini sangat dilarang karena dapat menyebabkan seseorang lalai terhadap tanggung jawab sosial dan spiritual. Sebuah penelitian yang dimuat dalam *At-Thullab* menyatakan bahwa gaya hidup hedonisme dapat bertentangan dengan nilai-nilai Islam jika kesenangan dunia

dijadikan sebagai tujuan utama hidup, hingga mengabaikan tanggung jawab moral dan spiritual.

Sebaliknya, Islam mengajarkan prinsip *wasathiyah*, yakni konsep keseimbangan dalam kehidupan. Prinsip ini menekankan pentingnya menjalani hidup secara sederhana, menggunakan harta dengan bijak, serta memprioritaskan kebutuhan yang benar-benar esensial. Dalam kehidupan mahasiswa, prinsip ini bisa diterapkan dengan cara mengelola pengeluaran secara cermat, menghindari pemborosan, dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki untuk aktivitas yang lebih produktif seperti pendidikan dan pengembangan diri. Oleh karena itu, untuk menekan dampak gaya hidup hedonis di kalangan pelajar, dibutuhkan berbagai tindakan yang bersifat edukasi dan pencegahan. Salah satu langkah yang bisa diambil adalah meningkatkan pengetahuan tentang keuangan di kalangan mahasiswa agar mereka mampu mengatur keuangan dengan lebih bijak. Mahasiswa perlu menyadari perbedaan antara kebutuhan dasar dan keinginan, sehingga dapat membuat pilihan konsumsi yang lebih logis.

Di samping itu, penguatan nilai-nilai moral dan pendidikan agama juga memiliki peranan penting dalam membentuk karakter mahasiswa yang lebih sederhana dan bertanggung jawab. Pendidikan agama tidak hanya mengajarkan ajaran spiritual, tetapi juga menyediakan pedoman etika dalam pemanfaatan uang dan pengelolaan kehidupan sehari-hari. Mahasiswa juga harus memiliki kesadaran untuk menggunakan media sosial dengan bijak. Jaringan sosial seharusnya dimanfaatkan sebagai alat untuk memperoleh informasi dan mengembangkan diri, alih-alih sebagai sarana untuk membandingkan gaya hidup dengan orang lain. Dengan sikap yang lebih kritis terhadap informasi yang diterima, mahasiswa dapat terhindar dari dampak negatif budaya konsumtif yang sering muncul di platform media sosial.

KESIMPULAN

Gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa merupakan fenomena sosial yang muncul akibat interaksi berbagai faktor seperti perkembangan teknologi digital, pengaruh media sosial, lingkungan pergaulan, serta kemudahan akses terhadap berbagai layanan konsumsi modern. Gaya hidup hedonis ini membuat mahasiswa lebih fokus pada kesenangan dan kepuasan diri melalui kegiatan konsumtif seperti berbelanja, mengikuti tren gaya hidup, dan menghabiskan waktu dengan hiburan.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis memiliki hubungan yang erat dengan meningkatnya perilaku konsumtif mahasiswa. Dampak dari fenomena ini tidak hanya terlihat pada aspek ekonomi seperti kesulitan dalam mengelola keuangan, tetapi juga dapat mempengaruhi prestasi akademik serta pola hidup mahasiswa secara keseluruhan.

Dalam perspektif Islam, gaya hidup hedonis yang berlebihan tidak sejalan dengan prinsip keseimbangan dan kesederhanaan yang diajarkan dalam ajaran agama. Oleh karena itu, mahasiswa sebagai generasi intelektual perlu mengembangkan kesadaran untuk menjalani gaya hidup yang lebih sederhana, bijak, dan bertanggung jawab agar mampu mencapai keseimbangan antara kehidupan dunia dan kehidupan akhirat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, V., Jannah, T., Intani, E. D., & Sosial, M. (2025). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL PADA MAHASISWA FEB DI UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA. 13(2), 52–61.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. 3(3), 131–140.
- Arinda, D. (2021). Konformitas dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa. Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi, 9(3), 528-534.

- Candra, K., Hadi, K., Setiawan, R. A., & Yustati, H. (2024). Korelasi Antara Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa dalam Perspektif Ekonomi Syariah. 8(2), 1220–1225.
- Colladon, F. (2021). Tell me a story about yourself: The words of shopping experience and self-satisfaction Tell me a story about yourself: The words of shopping experience and self-satisfaction. 1–23.
- Hayati, H. N., Hidayati, M. D., & Aini, N. (2024). Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Hedonis Relasinya terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan E-Commerce. 3(September), 125–146
- Inayah, L., Utami, A. B., & Ramadhani, H. S. (2022). Gaya Hidup Hdonis dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Money pada Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 3(2) 191-198.
- Jannah, I. N., & Sylvia, I. (2020). Hubungan kelompok teman sebaya terhadap gaya hidup hedonisme pada mahasiswa. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 3(1), 187-194.
- Latief, R. (2024). Analisis Dampak Perilaku Fear of Missing Out (FoMO) Di Kalangan Pengguna Media Sosial. *Al-Irsyad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan dan Penyuluhan Islam*, 11(1), 31-46.
- Lodeng, A. (2018). PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MENURUT EKONOMI ISLAM. Skripsi.
- Mahasiswa, K., Unnes, F. E. B., Dewi, N. A., Fristania, A., Maelisa, D. N., Hidayah, F. A., & Sulistiani, D. A. (2024). Hubungan Manajemen Keuangan dengan Gaya Hidup Hedonisme. 3(2), 216–229.
- Maret, N. (2025). *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen. PENGARUH ONLINE SHOP DAN GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP MENURUT PERSPEKTIF ISLAM (Studi pada Mahasiswi Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam)*. 2(1), 102–116.
- Meldiani, W. (2025). PENGARUH ONLINE SHOP DAN GAYA HIDUP HEDONISME TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI FEBI UIN STS JAMBI MENURUT PERSPEKTIF ISLAM. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen* , 2(1), 102-116.
- Millah, Z. (2021). Analisis makna jilbab: Sebuah persepsi mahasiswi IAIN Ponorogo (Pendekatan analisis semiotika Ferdinand De Saussure). *Khabar (Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam)*, 3(2), 177-191.
- Mufidah, E. F., & Wulansari, P. S. D. (2018). Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Pascasarjana di Media Sosial. *JKI (Jurnal Konseling Indonesia)*, 3(2), 33–36.
- Nugrahani, F., Pradiptyas, A., Kadarwati, D., & Iswara, R. W. (2025). Pengembangan karakter (Edisi ke-1). *Wawasan Ilmu*.
- Pratiwi, A. A. (2024). Sosial Media dan Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Konsumtif pada Karyawan Muda di Kota Semarang. *Journal of Economics and Banking*, 266-279.
- Priyadi, S., & Rinawati, A. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Penggunaan Fitur PayLater pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Purworejo. 17(1), 266–273
- Rahmasari, T. P. (2022). Pergeseran makna hedonisme Epicurus di kalangan generasi millennial. *Jurnal Yaqzhan: Analisis Filsafat, Agama dan Kemanusiaan*, 8(1), 1-17.
- Riko Putra Perdana, D. M. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa . *Jurnal Konseling Indonesia*, 10(2) 70-78.
- Rusbianti, M. M. (2025). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Terhadap Perilaku Fashionable Mahasiswa Aktif Program Studi Ekonomi Syariah. *Junal IKRAITH-EKONOMIKA* , 1023-1030.
- Safitri, C. N., & Husnaini, M. (2025). KONSUMTIF PADA MAHASISWA MAGISTER ILMU AGAMA. 22–36.
- Satrio, R., Wati, K. A., Destiyana, A., & Sanjaya, R. (2024). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perilaku Manajemen Keuangan Mahasiswa. 3(4).
- Shafwah, A. N., Siregar, H. L., Nisa, K., Dwi, N., & Auliya, D. (2026). Persepsi Mahasiswa UNIMED terhadap Fenomena Gaya Hidup Hedonisme Ditinjau dari Nilai-Nilai Islam. 4(3), 19745–19756.
- Siregar, H. L. (2024). *Madinah : Jurnal Studi Islam ANALISIS BUSANA MAHASISWA MUSLIM UNIVERSITAS NEGERI MEDAN ; ANTARA TREND DAN SYARIAT*. 11, 37–56.

- Tambunan, I., Rustam, & Alizon, J. (2023). Pengaruh trend muslimah fashion terhadap perilaku konsumtif mahasiswi Ekonomi Syariah UIN Sultan Syarif Kasim Riau. *Journal of Sharia and Law*, 2(2), 485–498.
- Thamrin, H. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. 11, 1–14.
- Vicynthia. (2010). *Jadi jutawan dari bisnis sampingan (Cet. 2)*. Jogja Great! Publisher.
- Yulya, T. W., Loviana, Ghonniyyu, D. H., Efendi, N. P., Hati, K. A. P., Larasati, A. W., Irawan, S. A., Hutaman, S., Hanif, I., Delvin, M., Arina, N. B., Hanum, F., Wijaya, T. A., Khoirunnisa, A., & Anugrah, A. (2022). Fear of Missing Out (FOMO) sebagai gaya hidup di era modernisasi. *Proceeding Conference on Psychology and Behavioral Sciences*, 1(1), 68-72.
- Zahra, D. A. (2026). PENGARUH GAYA HIDUP HEDONISME DAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN PRIBADI MAHASISWA DENGAN TEMAN SEBAYA SEBAGAI VARIABEL MODERASI DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. Skripsi, 1-130.