

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Gaya hidup *hedonis* adalah pola hidup dan perilaku seseorang yang berorientasi kepada materi dan kesenangan hidup, baik berupa pendapat, minat maupun aktivitasnya. Seseorang yang memiliki gaya hidup hedonis biasanya memiliki keterlibatan yang tinggi dengan orang lain, lebih menyukai kegiatan yang sifatnya menyenangkan, tidak terlalu serius dan senang keramaian. Saat ini *hedonisme* bukan lagi sebuah pandangan, melainkan gaya hidup konsumtif yang dipilih masyarakat. Gaya hidup yang menonjolkan kemewahan, kesenangan dan berfoya-foya serta menghamburkan uang. Seiring dengan naiknya penghasilan biasanya akan diiringi naiknya gaya hidup. Faktor yang mempengaruhi gaya hidup adalah budaya, nilai, demografik, kelas sosial, kelompok rujukan atau acuan, keluarga, kepribadian, motivasi dan emosi (Loudon dan Biita dalam Kelly, 2015)

Tuntutan gaya hidup yang meningkat berdampak pada individu yang menjadi hedonis, yaitu memandang secara positif mengenai kesenangan dan akan mengambil atau memanfaatkan sekecil apapun untuk mencapai kesenangan yang diharapkan. Individu dengan gaya hidup hedonis di satu sisi diasosiasikan dengan citra hidup yang baik dan seni. Veenhoven (dalam Razali & Fuadi, 2023) menjelaskan bahwa seseorang yang menjalani gaya hidup hedonis adalah individu yang menilai kebahagiaan dan kesenangan dari satu sisi saja dan menggunakan pandangan tersebut untuk mengejar kesenangan yang mereka inginkan, selain itu

gaya hidup hedonis yang bersifat adiktif dan superfisial akan mendorong individu untuk memunculkan sikap yang tidak bertanggung jawab dan cara berpikir yang egois. Bahkan tidak jarang orang lebih memilih untuk berutang daripada menurunkan gaya hidupnya yang sudah hedonisme. Kita sering mendengar kata hedonisme yang didefinisikan sebagai pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama hidup. Gaya hidup hedonis ini muncul dari paham hedonisme yang telah ada sejak zaman dahulu. Terkadang orang tampil lebih baik saat di tengah-tengah orang lain ketimbang saat sendirian. Reaksi ini dinamakan *social facilitation* (fasilitasi sosial) yang merupakan tendensi bawaan untuk membangkitkan motivasi ketika ada orang lain. Manusia pada umumnya selalu menginginkan kesenangan dan kenikmatan dalam hidupnya. Akan tetapi, kesenangan atau kebahagiaan yang terdapat dalam gaya hidup hedonis masa kini hanya sekedar kesenangan yang cenderung berdampak negatif, karena individu dengan nilai hedonistik yang tinggi akan sangat rentan terhadap stress, kecemasan dan depresi (Tanzer & Weyandt, 2020).

Gaya hidup hedonis yang menjadi tantangan terbesar bagi ibu-ibu arisan saat ini, karena gaya hidup hedonis merupakan hal yang digemari dan dijadikan sebagai gaya hidup masa kini, terlepas dari besaran penghasilan dan status sosial di masyarakat, anggota kelompok arisan sepakat menjadikan hedonisme menjadi panutan dalam pergaulannya (Soleh, 2023). Menurut Levan`s dan Linda (dalam Ananda et al., 2021) gaya hidup hedonis adalah pola perilaku yang dapat diketahui dari aktivitas, minat maupun pendapat yang selalu menekankan pada kesenangan hidup. Aktivitas yang dimaksud adalah cara individu menggunakan waktunya yang

berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat. Sejalan dengan hasil wawancara awal yang menunjukkan sebagian besar responden mengarahkan aktivitasnya dengan lebih banyak menghabiskan waktu di luar rumah, seperti pergi ke pusat perbelanjaan, cafe yang sedang *trend* untuk nongkrong atau sekedar mengobrol sambil memesan minuman dan makanan ringan. Ibu-ibu arisan datang ke suatu cafe juga memilih-milih tempat yang bagus dan cocok untuk dibuat foto agar terlihat keren dan bisa diupload ke media sosial.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa responden cenderung mengabaikan pekerjaan rumah, hal ini ditunjukkan dengan terbengkalainya pekerjaan-pekerjaan domestik sehingga rumah dalam kondisi berantakan ketika hendak mengikuti kegiatan arisan, namun ada juga yang menyatakan bahwa mereka melakukan hal tersebut karena ada asisten rumah tangga yang dipekerjakan, sehingga tidak khawatir rumah dalam kondisi berantakan ketika pulang dari kegiatan arisan. Responden lainnya menceritakan bahwa mereka hanya mengurus suami dan anak saja, jadi jika ibu-ibu arisan ini akan pergi bersama teman-temannya namun menunggu suami berangkat kerja terlebih dahulu. Meski suami tidak membatasi waktu istri untuk keluar bersama teman-temannya yang penting tidak seharian keluar atau tidak sampai malam karena juga masih memiliki anak-anak kecil yang membutuhkan perhatian orangtuanya. Ada juga sebagian kecil ibu-ibu yang dibatasi oleh suaminya untuk keluar bersama temannya agar tidak keluar terlalu lama sehingga menimbulkan perilaku konsumtif yakni berbelanja secara *online* meski yang dibeli itu tidak diperlukan. Pengeluaran yang cukup tinggi pun

tidak menjadi masalah ada yang penting ibu-ibu merasa puas dan senang bisa membeli barang yang diinginkan meski tidak membeli langsung ke mall.

Selain aktivitas, terdapat juga minat yang diartikan sebagai kegiatan menarik dan menjadi perhatian terhadap suatu objek, peristiwa yang ada di suatu lingkungan individu tersebut, dalam hal ini minat yang dimaksud ibu-ibu arisan yang menyukai barang-barang *branded* (Lafrinda & Setyawan, 2024). Ketika tidak menggunakan barang *branded* ibu-ibu arisan ini merasa kurang percaya diri ketika pergi keluar rumah apalagi ketika berkumpul bersama teman-temannya yang mayoritas menggunakan barang-barang *branded*. Seperti ibu-ibu arisan berpendapat bahwa dengan mengikuti *trend* akan membuat ibu-ibu terlihat *modern*. Kesenangan hidup akan didapat apabila semua dari aktivitas, minat maupun pendapat sudah didapatkan atau sudah terealisasi dengan sempurna sesuai yang diharapkan dalam dirinya.

Ibu-ibu arisan dikatakan hedonis ketika mengejar modernitas dan menghabiskan banyak uang dan waktu yang dimiliki (aktivitas), misalnya pada objek yang menekankan unsur kesenangan hidup seperti fashion, makanan, barang mewah, tempat nongkrong. Gaya hidup konsumtif tidak bisa dilepaskan dari gaya hidup *hedonisme* yang dianut. pola dan gaya hidup konsumtif memberikan kepuasan baik secara fisik maupun psikologi, karena disadari atau tidak, gaya konsumtif justru memiliki dampak kurang baik terhadap “kesehatan *financial*” atau dapat dikatakan sebagai pemborosan. Pemborosan itu sendiri bisa dimaknai sebagai suatu perilaku yang berlebih-lebihan melampaui apa yang dibutuhkan. Tanpa disadari perilaku ini akan menjadi kebiasaan yang mengendap dan membentuk

karakter yang sulit diubah apalagi dihilangkan ketika kita telah menaikkan gaya hidup, maka untuk menurunkan gaya hidup bukanlah hal yang mudah. Ini karena sifat manusia untuk mencari kenikmatan dan menjauhi kesengsaraan. Selain itu ada faktor malu, faktor kenyamanan ketika sudah mempunyai penghasilan dan ingin memuaskan gaya hidup *hedonis* yang tinggi.

Saat ini di Indonesia khususnya ditayangkan televisi atau sosial media banyak menampilkan trend "*squad*" yang terdiri dari sekelompok ibu-ibu muda hingga ibu-ibu paruh baya. Trend ini memperlihatkan bahwa anggota kelompok "*squad*" tersebut harus memiliki minat dan aktivitas sama yang menonjolkan kemewahan. Fenomena yang sudah meluas di medsos ini mempermudah ibu-ibu lainnya untuk mencontoh dan mengikuti perilaku tersebut, contohnya yaitu seperti peringatan tujuh bulan kehamilan yang sebelumnya hanya berupa tasyakuran atau upacara adat kini sudah mulai berubah menjadi acara "*baby shower*" yang diadakan di suatu tempat mewah yang dihadiri sekelompok "*geng*" atau "*squad*" dengan mengenakan *dresscode* yang serupa. Fenomena ini juga terjadi dalam kegiatan ibu-ibu arisan dan itu tidak hanya terjadi di kota-kota besar.

Aspek lain dalam gaya hidup hedonis bisa ditinjau dari aspek aktivitas yaitu bagaimana individu menggunakan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat untuk mendapatkan kesenangan (Septiana, 2020). Hasil wawancara berdasarkan aspek aktivitasnya ibu-ibu membeli barang *branded* karena sering jalan-jalan ke mall dengan sekelompok teman-temannya lalu melihat-lihat barang-barang *branded* yang ada di mall seperti tas, baju, sepatu dan lainnya, dari situlah

ibu-ibu arisan tersebut tergiur ingin membeli dan memiliki barang tersebut, selain itu juga karena ada sebagian ibu-ibu arisan yang merasa gengsi melihat teman-temannya memiliki barang *branded* ketika berkumpul-kumpul pada saat pertemuan arisan maupun *hangout*. Memakai barang *branded* tidak menutup kemungkinan memang bisa mengubah cara pandang orang terhadap kita dan juga bisa mendukung relasi (Ga Eun, 2021), contohnya ketika kita bertemu dengan orang baru kemudian dia tertarik dengan penampilan kita bisa saja kita diajak bekerjasama dengan orang tersebut, juga tidak menutup kemungkinan penampilan itu mendukung lingkungan pergaulan. Jika kita berada di lingkungan pergaulan orang-orang yang penting seperti pengusaha atau semacamnya tidak mungkin kita tidak ikut-ikutan untuk memakai barang *branded* meski satu barang saja, karena lingkungan pergaulan kadang ada pengaruh, membantu kita berkenalan dengan orang lain yang tidak lain membantu relasi pekerjaan kita .

Ananda et al. (2021) menyatakan aspek minat dalam gaya hidup hedonistik adalah keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya. Minat merupakan sumber motivasi yang mendorong orang untuk melakukan sesuatu yang ibu-ibu arisan inginkan bila ibu-ibu arisan bebas memilih menerapkan gaya hidup hedonis. Bila ibu-ibu arisan ini melihat bahwa sesuatu menguntungkan, merasa berminat akan mendatangkan kepuasan. Bila kepuasan berkurang, minat pun berkurang. Setiap minat memuaskan suatu kebutuhan dalam kehidupan anak, walaupun kebutuhan ini tidak segera tampak bagi orang dewasa. Semakin kuat kebutuhan ini, semakin kuat dan bertahan pada minat tersebut.

Selanjutnya, semakin sering minat di ekspresikan dalam kegiatan semakin kuatlah ia. Sebaliknya, minat akan padam bila tidak disalurkan. Wawancara terhadap anggota kelompok arisan menunjukkan bahwa ketertarikan tersebut muncul karena anggota arisan yang lain selalu membeli barang-barang *branded* yang terbaru dan rata-rata ibu-ibu arisan juga diizinkan dengan suaminya untuk membeli barang-barang *branded*. Apalagi zaman sekarang sangat memudahkan untuk orang-orang yang hobinya belanja yaitu belanja lewat *online*. Tidak menunggu pergi keluar kota ibu-ibu bisa berbelanja dan membeli barang-barang yang ia mau lewat *online shop*. Apalagi jika ada *discount* besar-besaran ibu-ibu arisan pasti berebut untuk mendapatkan barang-barang *branded*.

Opini juga sering disebut dengan pendapat. Opini atau pendapat merupakan suatu sikap pikiran seseorang terhadap suatu persoalan. Well dan Tigret (dalam Hersika et al., 2020) menjelaskan Aspek opini adalah bagaimana individu mengungkapkan sesuatu secara subjektif, berdasarkan pemikiran pribadi, kebenarannya kadang tidak dapat dibuktikan. Opini dalam gaya hidup hedonis berkaitan dengan pendapat seseorang yang diberikan dalam merespon situasi. Ibu-ibu arisan sangat senang dan menikmati kehidupannya yang seperti itu karena selain menjadi suatu kepuasan juga menjadikan ibu-ibu selalu percaya diri. Jika ibu-ibu arisan tidak mengikuti *trend* ini rasanya ada yang berbeda karna itu sudah menjadi kebiasaan untuk membeli barang-barang yang terbaru, sehingga ketika mereka tidak membelinya akan muncul perasaan tertinggal.

Hasil wawancara pada ibu-ibu arisan ketika membeli barang yang diinginkan, perasaannya merasa senang dan puas karena ibu-ibu arisan bisa membeli barang

bermerk. Kalaupun barang yang diinginkan tidak ada atau habis di satu *store* ibu-ibu pasti mencarinya di *store* lain dan juga ibu-ibu arisan sering membelinya lewat *online shop*. Apalagi sekarang sedang marak sekali jual beli lewat *online*, tidak hanya barang *branded* baru, *branded* bekas pun mereka jual dan peminatnya juga banyak, menurutnya tidak ada ruginya membeli barang *branded* sekalipun dengan harga yang cukup fantastis. Rata-rata ibu-ibu mengeluarkan uang bekisar mulai dari satu juta untuk membeli barang-barang *branded*. Adapun waktu ibu-ibu membeli barang-barang tersebut, ketika ada arisan atau pertemuan yang memang acara tersebut harus menggunakan *dresscode*, ada juga ketika ibu-ibu pergi ke mall dan melihat barang-barang yang disukai lalu dibelinya apalagi jika ada *sale* pasti semua perempuan tertarik untuk *shopping*. Faktor lingkungan inilah salah satunya yang sangat berpengaruh pada gaya hidup hedonis sehingga satu dengan lainnya ingin mengikuti gaya hidup yang berlebihan seperti menggunakan barang-barang *branded*, apalagi di kabupaten Jember ini banyak macam-macam perkumpulan arisan dengan nominal yang cukup fantastis.

Peneliti tertarik untuk mengkaji topik ini menjadi penelitian ilmiah dengan judul “Gambaran Gaya Hidup Hedonis Pada Ibu-Ibu Arisan Di Wilayah Jember”. Penelitian ini akan menguatkan penelitian sebelumnya dan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku gaya hidup Hedonis khususnya pada ibu-ibu yang menjadi anggota kelompok arisan. Dengan demikian topik ini menjadi penting untuk dilakukan penelitian.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah “Bagaimana gambaran perilaku *hedonism* pada ibu-ibu arisan di kabupaten Jember?”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran gaya hidup *hedonisme* pada ibu – ibu arisan di Jember.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan yang bermanfaat khususnya pada kajian psikologi sosial dan psikologi konsumen mengenai studi perilaku gaya hidup hedonis pada ibu-ibu arisan di kota Jember.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk mengembangkan program edukasi dan intervensi yang tepat untuk mencegah dampak negatif dari perilaku hedonistic . Selain itu, temuan dalam penelitian ini juga diharapkan mampu menjadi dasar bagi studi-studi berikutnya.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian yang penulis sajikan ini tidak serta merta tanpa berlandaskan pada penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian-penelitian yang penulis maksud dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Penelitian oleh Nurvitria (2015) yang berjudul “Pengaruh Gaya Hedonis Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Pada Mahasiswa Jurusan PBB 2013 FIP UNY”. Penelitian ini membahas tentang tingkat gaya hidup hedonis yang terjadi, tingkat perilaku pembelian impulsive pada mahasiswa jurusan PPB Angkatan 2013 FIP UNY. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini adalah 80 mahasiswa Psikologi Pendidikan dan Bimbingan 2013 FIP UNY. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat gaya hidup hedonis dan pembelian impulsif pada kategori sedang, kemudian adanya pengaruh positif gaya hidup hedonis terhadap perilaku pembelian impulsive pada mahasiswa PBB 2013 UNY, Yang ditunjukkan pada nilai konstanta sebesar 39,176 dan nilai koefisien regresi perdiktor sebesar 0,596. Hasil nilai signifikansinya adalah 0,000 berarti $p < 0,05$ dengan persamaan regresi linernya yaitu $Y = 39176 + 0,596X$. Model regresi ini memiliki arti bahwa diperkirakan setiap peningkatan satu poin skor pada X atau gaya hidup hedonis memprediksikan peningkatan 0,596 pada variable perilaku pembelian impulsive.
2. Penelitian oleh Nadzir & Ingarianti (2015) berjudul “Psychological Meaning of Money dengan Gaya Hidup Hedonis Remaja di Kota Malang” : tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara setiap dimensi psychological meaning of money dengan hidup hedonism remaja di kota Malang. Penelitian ini menggunakan kuantitatif non eksperimen dengan jenis penelitian korelasional ganda. Subjek dalam penelitian 350 remaja akhir (17-21th). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan negative yang signifikan antara nilai

pentingnya uang , keterlibatan pribadi dengan uang, banyaknya waktu yang dihabiskan untuk memikirkan masalah keuangan, dan ketrampilan memaknai uang dengan gaya hidup hedonis.

3. Penelitian oleh Mufidah & Wulansari (2018) yang berjudul “Gaya Hidup Hidonisme Mahasiswa Pascasarjana di Media Social” tujuan penelitian ini untuk untuk mengetahui gaya hidup hidonisme mahasiswa pascasarjana di media sosial penelitian ini menggunakan kualitatif dengan jenis studi kasus. Hasil penelitian bahwa setiap individu berpotensi untuk bergaya hidup hedonisme. Gaya hidup hedonism dipengaruhi oleh lingkungan mereka terutama lingkungan kerja. Selain itu untuk mahasiswa pascasarjana, gaya hidup hedonism mereka dipengaruhi oleh tingkat stress dalam mengerjakan tugas karena sebagian dari mereka selain menjadi mahasiswa juga bekerja.
4. Penelitian oleh Prihatini & Susanto (2016) yang berjudul “Pengaruh Motif Hedonis dan Browsing Terhadap Pembelian Impulsif Pada Pembelian Online Produk Fashion”. Penelitian ini untuk bertujuan untuk mengetahui pengaruh motif hedonis dan browsing terhadap pembelian impulsif pada pembelian online produk fashion. Penelitian ini menggunakan metode data primer. Hasil peneltian menunjukkan bahwa motif hedonis mempunyai pengaruh positif, browsing tidak mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap pembelian impulsive.

Terdapat beberapa hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan di atas. Penelitian ini berusaha mendeskripsikan gambaran hedonisme pada ibu ibu yang menjadi anggota arisan, sedangkan pada

penelitian sebelumnya (Mufidah & Wulansari, 2018 ; Nurvitria, 2015; Prihatini & Susanto, 2016) cenderung mengevaluasi hubungan dan pengaruh variabel lain terhadap hedonisme maupun sebaliknya. Perbedaan lainnya ialah pada subjek penelitian, pada penelitian sebelumnya (Nadzir & Ingarianti, 2015 ; Mufidah & Wulansari, 2018) menggunakan mahasiswa sebagai subjek penelitiannya, sedangkan dalam penelitian ini subjeknya adalah ibu-ibu yang menjadi anggota kelompok arisan. Subjek penelitian pada kelompok ini masih sangat jarang ditemui dalam penelitian terkait dengan topik gaya hidup hedonisme.

