
HEDONISME DUNIA NYATA DAN MEDIA SOSIAL DALAM PERSPEKTIF DRAMATURGI ERVING GOFFMAN (Kualitatif Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020)

Ricka Holiah

rickaaholiah@gmail.com

Pendidikan Ekonomi, Universitas Siliwangi

Rendra Gumilar

rendragumilar@unsil.ac.id

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Siliwangi

Ai Nur Solihat

ainursolihat@unsil.ac.id

Pendidikan Ekonomi

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan

Universitas Siliwangi

Jalan. Siliwangi, No. 24 Kotak Pos 164 Telepon. (0265) 330634 Tasikmalaya 46115

ABSTRACT *This research was motivated by the phenomenon of hedonism lifestyle among students and indicated the occurrence of dramaturgy addressed through their real world and social media. This refers to activities carried out to achieve a pleasure and direct satisfaction both in terms of physical and emotional. The purpose of this study is to find out what dramaturgy is done by students to achieve this satisfaction and form the desired self-image so that it can be validated by others. The method in this study uses descriptive qualitative with data collection techniques through observation, interviews and documentation with triangulation data validity techniques, as well as purposive sampling analysis techniques. The research sample was three informants of economics education students class of 2020 who worked part-time, freelance and did not work. The results of the study found several facts that in real life and social media the three informants tended to carry out almost the same dramaturgical activities with different satisfaction goals so that it was easier to pour into social identity theory.*

Keywords: *Hedonism, Students, Dramaturgy*

ABSTRAK Penelitian ini dilatarbelakangi karena adanya fenomena gaya hidup hedonisme kalangan mahasiswa dan terindikasi terjadinya dramaturgi yang ditujukan melalui dunia nyata dan media sosial mereka. Hal ini merujuk pada kegiatan yang dilakukan untuk mencapai suatu kesenangan dan kepuasan langsung baik dari segi fisik maupun emosional. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dramaturgi apa yang dilakukan oleh mahasiswa untuk mencapai kepuasan tersebut dan membentuk citra diri yang diinginkan agar bisa divalidasi oleh orang lain. Metode dalam penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan teknik keabsahan data triangulasi, serta teknik analisis purposive sampling. Untuk sampel penelitian sebanyak tiga informan mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan 2020 yang bekerja partime, freelance dan tidak bekerja. Hasil penelitian ditemukan beberapa fakta bahwa dalam kehidupan nyata dan media sosial ketiga informan cenderung melakukan kegiatan dramaturgi yang hampir sama dengan tujuan kepuasan yang berbeda sehingga lebih mudah untuk dituangkan kedalam teori identitas sosial.

Kata Kunci: Hedonisme, Mahasiswa, Dramaturgi

PENDAHULUAN

Tasikmalaya saat ini sudah menjadi Kota yang semakin berkembang pesat diberbagai aspek kehidupan mengikuti perkembangan zaman dan globalisasi. Apalagi di pusat perkotaan

terdapat banyak beberapa perguruan tinggi, salah satunya adalah Universitas Siliwangi yang berada di Jalan Siliwangi No. 24 Tawang, Tasikmalaya. Dalam era globalisasi saat ini banyak yang terjadi dalam pola kehidupan salah satunya yaitu gaya hidup berlebihan atau biasa disebut dengan hedonisme. Gaya hidup yang berlebihan seperti ini biasa terjadi di kalangan anak muda terutama pada lingkungan kampus dengan berbagai jurusan dan fakultas yang ada. Penulis mengamati secara konseptual adanya gaya hidup berlebihan atau hedonisme yang terjadi pada beberapa mahasiswa di Jurusan Pendidikan Ekonomi angkatan tahun 2020 sehingga perlu adanya pengamatan lebih mendalam mengenai fenomena yang terjadi didalamnya. Hal ini terjadi karena adanya pengaruh eksternal yang mempengaruhi hedonisme mahasiswa dengan menggunakan teori dramaturgi oleh Erving Goffman.

Pada dasarnya peran media sosial sebagai cermin realitas dan platform untuk mengekspresikan hedonisme menjadi semakin dominan. Karena memang pengaruh media sosial yang didalamnya sudah banyak memunculkan gaya hidup yang dipamerkan oleh banyak orang bisa memengaruhi gaya hidup kita sebagai mahasiswa. Dalam konteks mahasiswa ekonomi, pertanyaan muncul tentang bagaimana interaksi antara kehidupan nyata dan dunia maya memengaruhi persepsi dan praktik hedonistik. Pemahaman akan fenomena ini menjadi penting untuk mengidentifikasi dampaknya pada kesejahteraan mahasiswa. Pergeseran nilai masyarakat terkait kesenangan dan kepuasan diri dalam era digital menunjukkan adanya transformasi perilaku hedonistik di dunia nyata dan media sosial. Pentingnya memahami implikasi fenomena ini terhadap mahasiswa pendidikan ekonomi di era kontemporer menjadi landasan utama penelitian.

Gaya hidup hedonisme yang dilakukan oleh mahasiswa ini merujuk pada kecenderungan mahasiswa untuk mendapatkan kepuasan langsung yang ditujukan langsung pada pengalaman dan aktivitas yang dapat memberikan kesenangan baik dari segi fisik maupun emosional, tetapi tanpa mempertimbangkan konsekuensi dalam jangka panjang yang bisa dilihat dan dirasakan langsung oleh mahasiswa mengenai gaya hidup yang ditunjukkan, keputusan pengeluaran dan pengelolaan keuangan, serta perilaku sosial. Meskipun memang tidak dapat dipungkiri bahwasannya tidak semua mahasiswa memiliki gaya hidup hedonisme ini, namun fenomena yang terjadi disini bisa bervariasi diantara kelompok-kelompok mahasiswa dan juga faktor-faktor yang menjadi penyebabnya seperti budaya lingkungan

kampus, lingkungan sosial masyarakat, maupun karakter dan nilai-nilai dari masing-masing individunya.

Dilihat dari kehidupan mahasiswa dilingkungan kampus maupun media sosial sekarang ini sudah banyak memunculkan figur yang banyak dikenal oleh publik atau bisa disebut dengan publik figur yang tentunya memiliki pengaruh bagi sebagian orang termasuk mahasiswa sebagai generasi muda yang memiliki kecenderungan untuk terlihat menarik. Istilah publik figur biasa disebut sebagai selebritas media sosial contohnya media sosial *Instagram* atau *selebgram* yang tentunya memiliki pengaruh yang cukup besar karena dikenal dengan jumlah *followers*nya yang banyak dengan berbagai gaya hidup yang ditunjukkan seperti yang pada umumnya diperlihatkan yaitu mengenai fashion. Hal tersebut dapat memberikan pengaruh khususnya bagi kalangan milenial untuk mengikuti gaya hidup yang sama dengan *selebgram* tersebut sehingga memunculkan gaya hidup hedonis pada mahasiswa.

Teori dramaturgi adalah sebuah teori yang didalamnya terdapat kegiatan interaksi sosial sama halnya dengan sebuah pertunjukan drama, dimana kaitannya dengan hedonisme ini adalah gaya hidup yang ditampilkan oleh seseorang itu berbeda antara depan panggung (*front stage*) dengan dibelakang panggung (*back stage*). Selain itu, teori pendukung dari adanya hedonisme ini adalah teori identitas sosial yang dikemukakan oleh psikolog Tajfel, konsep ini mengindikasikan bahwa identitas sosial individu memiliki peran krusial dalam membentuk pandangan diri mereka sendiri dan memungkinkan mereka untuk secara aktif terlibat dalam berbagai jaringan hubungan sosial yang kompleks. Keterkaitan konsep tersebut merujuk pada hedonisme seseorang. Dari fenomena tersebut sangat menarik untuk diteliti karena objeknya merupakan mahasiswa pendidikan ekonomi angkatan tahun 2020 dimana penelitian yang akan dilakukan oleh penulis memiliki urgensi yaitu jurusan Pendidikan Ekonomi bersangkutan dengan cara mengelola keuangan dengan baik, sehingga bisa dikaji secara lebih mendalam mengenai mahasiswa yang memiliki gaya hidup hedonisme dengan salah satu keterkaitannya tersebut.

METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono dalam (Hayati & Yeni Mutiawati, 2023) metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti kondisi ilmiah yang isinya lebih menekankan

kepada suatu makna daripada generasi. Dalam metode kualitatif yang menjadi instrumen kuncinya adalah peneliti sendiri, oleh karena itu peneliti harus memiliki pengetahuan dan teorinya agar penelitian dapat berjalan lancar dalam menjalankan misi-misinya seperti menganalisis, bertanya, memotret, dan merekonstruksi situasi sosial agar penelitiannya dapat lebih bermakna dan jelas. Penulis disini mempunyai dua alasan mengapa penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, diantaranya yaitu yang pertama, karena masalah yang dikaitkan yaitu gaya hidup hedonisme berdasarkan teori dramaturgi Erving Goffman, dimana hal ini membutuhkan penelitian langsung dilapangan yang bersifat aktual. Alasan kedua, karena penelitian ini jenisnya kualitatif, maka harus ditelaah dan dikaji secara lebih mendalam mengenai fenomena yang terjadi, dimana untuk mengetahui seseorang melakukan gaya hidup hedonisme dan adanya indikasi secara dramaturgi, peneliti perlu secara alami terlibat langsung di lapangan, menjalani eksplorasi yang menyeluruh untuk memahami kegiatan subjek penelitian melalui proses observasi dan wawancara yang mendalam. Sehingga hasilnya dapat dituangkan menjadi kualitatif deskriptif. Subjek terdiri atas tiga informan yang masing-masing bekerja part-time, freelance, dan tidak bekerja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial VS Real Life

1. Informan PL

Dalam instagram pribadinya PL sangat aktif sebagai seseorang yang memang cenderung cukup dikenal. Ia cukup dikenal karena memiliki kehidupan yang terlihat mewah dan bahagia di instagramnya, memiliki banyak pengikut dan bisa dibilang PL merupakan Selebgram. selain itu mempunyai pasangan yang baik dan *royal*, memiliki penghasilan sendiri karena terlihat bekerja dengan santai di sebuah *cofeshop* dan terkadang menerima *endors-an*, teman yang banyak, lingkungan bagus. Selain itu barang-barang yang digunakan oleh PL juga terlihat branded. Hal itu terbukti dengan kenyataan bahwa PL memang memiliki gaya hidup yang tinggi terlihat juga di instagramnya ia menggunakan sepatu mahal seperti *Nike* dan barang mahal lainnya. Namun dalam kehidupan *real life* nya ada pengorbanan yang ia keluarkan untuk mendapatkan hidup yang cukup ia beberapa kali bekerja sebagai barista di *cofeeshop* untuk memenuhi semua kebutuhannya jadi tak hanya sekedar hanya bersenang-senang. Ia juga mengakui bahwa setiap manusia memiliki masalah pribadi yang tidak dapat

diceritakan karena yang ditampilkan di publik itu hanya yang baik-baiknya saja.

Dapat disimpulkan menurut teori dramaturgi Erving Goffman bahwa terdapat dramaturgi yang dilakukan dan diperlihatkan oleh PL dimana ia menunjukkan sisi hedonisme kepada orang lain tanpa memberitahu masalah apapun yang sebenarnya sedang dihadapinya. Selain itu ia bekerja untuk memenuhi semua kebutuhan dan keinginannya. Terdapat juga beberapa pendapat yang disampaikan dari mulut ke mulut bahwa PL sering kali meminjam uang kepada teman-temannya entah untuk apa uang tersebut namun teman yang biasa ia pinjam tentu merasa risih karena gaya hidup yang diperlihatkan oleh PL cenderung tidak sesuai dengan sikapnya yang seringkali meminjam uang, namun hal tersebut belum bisa dipastikan kebenarannya.

2. Informan FY

Dalam platform Instagram, informan FY memperlihatkan momen-momen dirinya bermain dan juga berlibur bersama teman-temannya dengan cerita random namun terkesan aesthetic. Tempat-tempat yang dikunjunginya pun sangat banyak seperti pada feednya ia mengunjungi beberapa kota yang berada di Jawa Barat dan Jawa Tengah. Setiap orang yang melihat FY di Instagram pasti berpikir bahwa FY sering melakukan perjalanan liburan ke berbagai kota. Namun dalam kehidupan real lifenya, FY tidak melulu hanya meminta kepada orang tuanya ataupun kakaknya. FY terkadang meminta pekerjaan project kecil kepada rekan teman organisasi yang pernah dia geluti diluar kampus (Pojok Rakyat) seperti menginput data, atau mengikuti kegiatan organisasi seperti panitia organisasi agar bisa mendapat setidaknya uang saku tambahan, jadi meskipun memang FY tidak ada larangan oleh orang tuanya untuk pergi berlibur kemanapun bahkan untuk keluar kota, namun uang yang diberikan hanya seperti uang saku perbulan yang biasa diberikan. Sehingga ia harus mencari proyekan kecil agar uang saku nya bisa cukup untuk ia pakai berlibur.

Dapat disimpulkan bahwa berdasarkan hubungannya dengan teori dramaturgi ini terdapat dramaturgi yang dilakukan oleh FY dimana ia dipandang sebagai seseorang yang sangat senang menghabiskan waktunya untuk berlibur dan pergi nongkrong bersama teman-temannya. Namun disisi lain nyatanya meskipun begitu ia tetap mencari pekerjaan kecil agar bisa mendapatkan uang tambahan karena setidaknya ada tenaga dan pengorbanan yang dibayar. Hal ini sangat memperlihatkan adanya perbedaan sikap yang ditunjukkan sebagai FY

sebagai dirinya sendiri dengan FY yang memang ditunjukkan kepada orang lain, karena pada dasarnya manusia memang ingin divalidasi.

3. Informan NZ

Dalam instagram nya informan NZ termasuk yang yang cukup aktif membagikan cerita-cerita melalui instagram *story* maupun *feeds* nya. Dengan nuansa foto-foto yang cenderung unik *colorfull* sehingga enak untuk dilihat dengan kesan *girly* yang ditunjukkan. Ia membagikannya melalui akun instagram utama dan juga *second* akun yang dimilikinya. Instagram utama ia gunakan khusus memperlihatkan berbagai kegiatan dengan foto dirinya sendiri sedangkan melalui *second* akun-nya ia memperlihatkan sisi dirinya yang lebih spesifik dan khusus seperti berbagi cerita random, foto bersama pasangan dan juga teman-temannya, mengunjungi acara teman, dan lainnya. Pada kenyataannya NZ mengakui bahwa orang lain menilai uangnya selalu banyak karena sebenarnya baik ada maupun tidaknya uang ia ia akan tetap pergi ke café untuk kebutuhan media sosial walaupun hanya sekedar membeli beberapa cemilan saja.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat dramaturgi yang dilakukan oleh NZ, ia merasa orang lain menilai dirinya mempunyai banyak uang karena seringnya nongkrong pada kenyatannya ia pun tak selalu mempunyai banyak uang karena ia terkadang memaksakan untuk pergi ke café hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan media sosialnya termasuk instagram.

Identitas Sosial Mahasiswa

a. Identifikasi

Proses awal identifikasi terjadi ketika seseorang mulai mengevaluasi dan merumuskan identitas dirinya, sehingga ia dapat dikenali oleh orang lain sebagai bagian dari kategori sosial tertentu yang mencakup bagaimana individu mengaitkan diri mereka dengan atribut, nilai, atau karakteristik yang diakui oleh lingkungan sosial mereka. Proses awal dari ketiga informan yakni PL, FY, dan NZ memasuki kategori sosial yang sama dengan nilai dan karakteristik yang cenderung melakukan hal-hal yang dapat dipandang sebagai individu yang *hedon* dengan melakukan kegiatan seperti senangnya pergi ke café, liburan dan bukan berarti mereka tidak pernah melakukan hal lain seperti nonton bioskop atau karaoke tetapi hanya lebih sering melakukan hal-hal yang mereka pilih karena ketiga informan sama-sama

memilih café sebagai tempat yang paling sering mereka kunjungi lalu disusul dengan liburan. Selain itu fashion, gaya berpakaian, dan riasan diri juga menunjukkan sebagai seseorang yang modis dengan ciri khasnya masing-masing sehingga menunjukkan diri mereka yang ingin mendapatkan penilaian yang diinginkan.

b. Kategori

Dalam kategori ini berarti Ada kecenderungan bagi seseorang untuk mengekspresikan gaya hidupnya sebagai upaya untuk membentuk kelompok- kelompok atau kategori yang memiliki makna khusus bagi dirinya. Ketiga informan yaitu PL, FY, dan NZ memiliki kecenderungan mengekspresikan gaya hidup mereka di media sosial terutama instagram, dengan mengekspresikan aspek yaitu gaya hidup, kegiatan sosial, pola pengeluaran, dan juga lingkungan pertemanan dengan kelompok yang memiliki minat dan gaya hidup yang sama dengan mengutamakan kesenangan. Sesuai dengan hasil penelitian relevan yang sebelumnya berjudul “Identitas Sosial dan Hedonisme di Laman Pribadi Selebgram” dimana temuan dari riset tersebut mengindikasikan selebgram tersebut berhasil membentuk identitas sosial secara virtual melalui akun instagramnya sesuai dengan tujuan yang diinginkannya dengan memposting foto-foto yang mendukung nilai dirinya.

c. Perbandingan Sosial

Dari pembahasan analisis data hedonisme dramaturgi terdapat beberapa fakta yang dijelaskan mengenai dramaturgi apa saja yang dilakukan oleh informan. Terbentuk sebuah identitas sosial dari penampilan diri yang telah dikenakan oleh informan dengan tujuan yang berbeda. Informan PL ia senang saat orang lain menjadikannya panutan dan inspirasi bagi orang lain dari gaya hidup yang digunakan seperti misalnya dari segi fashion. Disisi lain informan FY ia merasa seperti adanya kepuasan batin saat kesenangannya menjadikan orang lain penasaran dengan pengalamannya, karena memang ia senang bercerita, sedangkan informan NZ ia senang dan ada kepuasan tersendiri saat sudah memposting sesuatu kegiatan dan peristiwanya di media sosial instagram.

SIMPULAN

Hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Hedonisme Dunia Nyata dan Media sosial berdasarkan teori Dramaturgi Erving Goffman kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi tahun 2020, dapat diambil kesimpulan mengenai beberapa hal terkait

dengan masalah penelitian berdasarkan hasil temuan dilapangan dan telah dianalisa, Di media sosial (*Front Stage*) mahasiswa sering menunjukkan gaya hidup hedonis sebagai cara untuk mengekspresikan diri dan berbagai aktivitas mereka. Mereka tanpa sadar mengikuti standar mengikuti standar tidak tertulis diplatform instagram, yang mendorong mereka untuk memposting gambar dengan pakaian modis, mengunjungi tempat-tempat indah, atau nongkrong di café-café mahal dan populer, sedangkan dalam kehidupan nyata (*Back Stage*), mahasiswa berusaha keras untuk menyajikan postingan terbaik di media sosial mereka. Hal ini sejalan dengan teori dramaturgi yang membedakan antara “*back stage*” dan “*front stage*”, dimana mahasiswa mempersiapkan diri secara intens dibelakang layar sebelum tampil didepan umum. Meskipun setiap individu menunjukkan variasi dalam dramaturgi mereka, konsep ini tetap relevan dalam menjelaskan bagaimana mereka mengelola citra diri mereka. Mahasiswa yang terlibat dalam dramaturgi di media sosial khususnya instagram cenderung melakukan gaya hidup hedonis, karena pengaruh platform ini sangat kuat. Akibatnya terbentuklah standar tertentu mengenai apa yang dianggap sebagai *feed* yang menarik dan bagus di media sosial.

SARAN

Berdasarkan temuan penelitian, penulis mengajukan saran-saran berikut ini: (1) Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan wawancara secara langsung dan menambah jumlah gender informan laki-laki sehingga memungkinkan hasil penelitian yang lebih lengkap secara keseluruhan, (2) diharapkan bisa memetik pelajaran dari penelitian ini bahwa sebagai generasi penerus bangsa, mereka harus mampu mengenali peluang bisnis dan investasi. Selain itu, mereka perlu mengendalikan sikap hedonisme agar tetap dalam batasan yang wajar, sehingga dapat menghindari hal-hal negatif di masa depan, (3) agar lebih bijak dalam mengelola gaya hidup agar tidak sampai melewati batas wajar mengenai konsep hedonisme ini. Sehingga perlu literasi lebih mendalam mengenai dampak dalam penerapan gaya hidup hedonisme dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

Abisya, N. D. (2022). FASHION SEBAGAI BENTUK IDENTITAS DIRI PADA KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA. *The Commecium*, 5(3), 68-78.

- Aljasiri, A. D., Natanael, N., & Setiaji, A. F. (2023). Studi Dramaturgi Mahasiswa Santri Dalam Kehidupan Kampus. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(12), 5719-5727.
- Amanda, D. (2019). *Penggunaan media sosial pada ibu rumah tangga dalam tinjauan teori dramaturgi di kota surabaya* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Amelia, L., & Amin, S. (2022). Analisis self-presenting dalam teori dramaturgi erving goffman pada tampilan instagram mahasiswa. *Dinamika Sosial: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial*, 1(2), 173-187.
- Andayani, F. (2022). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Budaya Hedonisme Generasi Millennial di Madiun. *Persepsi: Communication Journal*, 1, 45–51. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v5i1.9117>
- Hayati, F., & Yeni Mutiawati, dan. (2023). Analisis Kegiatan Main Peran Makro Untuk Menstimulasi Percaya Diri Pada Anak Usia 4-5 Tahun Di Tk Cinta Ananda Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 4(1), 1–10
- Natasya Intan, P., Pratiwib, M. R., & Munac, N. (2020). Identitas Sosial dan Hedonisme di Laman Pribadi Selebgram.
- Nazarudin, H., & Widiastuti, T. (2022). Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri Kota Kupang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 24(1), 29–35. <https://doi.org/10.37470/1.24.1.198>
- Nazry, M. Al, & Amsal, A. (2018). Refleksi fenomena gaya hidup hedonisme pada akun Instagram (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Syiah Kuala). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 4(4), 1– 12.
- Stephen W. Littlejohn. (2014). *TEORI KOMUNIKASI ,Theories Of Human Communication* (9th Ed.). Salemba Humanika.
- Suciptaningsih, O. A. (2017). Hedonisme dan Konsumerisme dalam Perspektif Dramaturgi Erving Goffman. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 28.