

Gaya Hidup Hedonis Pada Penerima Beasiswa Bidikmisi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (Analisis Pesan Artefaktual)

Tiara Ainun Pertiwi

*Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tadulako Jln. Soekarno Hatta Km.9
Palu Sulawesi Tengah.*

Email : Tiaraainun00@gmail.com

ABSTRAK

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis penerima beasiswa bidikmisi Fisip antara lain adalah penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik. Penampilan tubuh adalah penampilan mahasiswa bidikmisi yang nampak dari tubuhnya melalui pemakaian celana, ataupun aksesoris yang bermerek dan berkualitas tinggi. Pakaian yang digunakan beberapa mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi yang berperilaku hedonisme adalah busana bermerek dan memiliki harga yang cukup mahal. Kosmetik juga merupakan pesan nonverbal artefaktual yang dapat terlihat pada mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi yang bergaya hidup hedonis karena dari hasil penelitian yang didapatkan ada beberapa mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi memiliki kosmetik yang bermerek dan memiliki harga yang fantastik.

Kata kunci: *Gaya, Hidup, Hedonis, Mahasiswa, penerima, beasiswa, Bidikmisi, Pesan Artefaktual*

Submisi : 24 April 2018

Pendahuluan

Pengaruh gaya hidup hedonis begitu nyata di kalangan masyarakat terutama pada mahasiswa. Mahasiswa merupakan generasi penerus bangsa yang masih mengalami krisis identitas dalam mencari jati diri mereka melalui lingkungan sekitar. Mahasiswa sangat antusias dengan hal-hal baru, gaya hidup di hedonis ini dianggap menarik, mengingat gaya hidup hedonisme ini memiliki daya tarik yang sangat besar terhadap kehidupan mahasiswa. Gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa juga sangat mempengaruhi perilaku komunikasi atau interaksi sosial yang terjadi di kalangan kampus. Seperti halnya perilaku komunikasi nonverbal yang nampak dari seorang mahasiswa yang bergaya hedonis.

Peneliti menganggap ada yang mengganjal dari perilaku para penerima beasiswa yang membuat peneliti terganggu. Perasaan terganggu tersebut muncul akibat tidak sinkronnya antara mahasiswa bidikmisi adalah mahasiswa yang tidak mampu dalam bidang ekonomi tetapi mereka memiliki gaya hidup hedonis. Gaya hidup hedonis telah merajalela pada beberapa mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi. Gaya hidup hedonis sendiri bisa menimbulkan hal-hal yang negatif seperti menghamburkan uang untuk hal-hal yang tak penting, membeli barang-barang mewah atau yang bermerek dan bisa menimbulkan sifat acuh terhadap studi yang harus diselesaikan karena terhanyut akan biaya hidup yang hanya digunakan untuk

bersenang- senang dan mengakibatkan para penerima beasiswa bidikmisi lupa dengan studi yang harus mereka selesaikan tepat waktu.

Salah satu simbol Nonverbal yang nampak dari gaya hidup para mahasiswa penerima bidikmisi di Fisip yakni pada Artefak atau benda- benda yang terdapat pada subjek penelitian, dari benda- benda yang digunakan, peneliti dapat melihat adanya gaya hidup hedonis yang terdapat pada mahasiswa penerima bidikmisi FISIP UNTAD.

Pada umumnya, penerima Beasiswa Bidikmisi merupakan mahasiswa dari keluarga yang tak berkemampuan lebih dalam ekonomi keluarga tetapi memiliki kemampuan dalam bidang pendidikan atau berprestasi. Banyak kegagalan yang di dapatkan pada perilaku penerima beasiswa bidikmisi di FISIP UNTAD banyak mahasiswa yang tidak menyanggupi untuk menyelesaikan masa studinya selama 8 semester atau 4 tahun lama studi yang diberikan pihak birokrasi permdanidiksi, banyak pertanyaan- pertanyaan yang datang setelah banyaknya mahasiswa yang tak mampu menyelesaikan studinya, uang saku yang dititipkan oleh pemerintah untuk membantu mahasiswa dalam menyelesaikan studinya dipakai untuk apa ? belanja ? meneraktir teman kampus ? membeli barang- barang mahal untuk mengikuti gaya masa kini ? atau di pakai hura- hura bersama teman- teman kampus. Ituah sebagian pertanyaan yang terlontarkan dari peneliti untuk para mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi Fisip Untad.

Mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi yang terdapat di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako diharapkan untuk menggunakan bantuan biaya yang diberikan pemerintah untuk memenuhi kebutuhan pendidikan

selama waktu yang telah di tentukan agar para mahasiswa dapat menyelesaikan pendidikannya tepat waktu dan diharapkan biaya tersebut dapat memenuhi kebutuhan mahasiswa dalam meningkatkan kreatifitas baik dalam bidang akademik maupun kreatifitas extra kokulikuler.

Perilaku Nonverbal yang terlihat dari beberapa mahasiswa fisip penerima beasiswa bidikmisi menggunakan pakaian- pakain mahal sesuai trend masa kini. Peneliti pun mencari tahu apa saja faktor- faktor yang mendorong para penerima beasiswa bidikmisi ini bergaya hidup hedonis, padahal tujuan dari beasiswa bidikmisi di berikan kepada mereka agar studi yang mereka jalani tidak terhambat akan biaya atau keperluan- keperluan yang menunjang cepatnya masa studi yang mereka harus tempuh. Sehingga peneliti melihat adanya rasa ingin dipehatikan oleh lingkungannya sehingga para penerima beasiswa akhirnya menyalahgunakan bantuan yang telah diberikan pemerintah kepada mereka.

Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal adalah setiap informasi atau emosi dikomunikasikan tanpa menggunakan kata- kata atau nonliguistik. Salah satu dari beberapa alasan yang dikemukakan oleh Richard L. Weaver II 1993 (Budyatna dan Ganiem hal: 110) bahwa kata- kata pada umumnya memicu salah satu sekumpulan alat indra seperti pendengaran, sedangkan komunikasi nonverbal dapat memicu sejumlah alat indra seperti penglihatan, penciuman, perasaan, untuk menyebutkan beberapa.

Bentuk- bentuk Komunikasi Noverbal

Ada enam jenis pesan Nonverbal : (1) Kinesik atau gerak tubuh; (2) paralinguistik atau suara. (3) prosemik atau penggunaan ruangan personal dan sosial; (4) olfksi atau

penciuman; (5) sensitivitas kulit; (6) faktor artifaktual seperti pakaian dan kosmetik (Duncam dalam Rakhmat hal: 283) Pesan kinesik yang menggunakan gerakan tubuh yang berarti terdiri atas tiga komponen utama: pesan faisal, pesan gestural, dan pesan postural.

Pesan artefaktual diungkapkan dengan melalui penampilan tubuh, pakaian, dan kosmetik. Walaupun bentuk tubuh relatif menetap, orang sering berperilaku dalam hubungan dengan orang lain sesuai dengan presepsinya tentang tubuhnya (*body image*). Erat kaitannya dengan tubuh ialah upaya kita untuk membentuk citra dengan pakaian dan kosmetik. “pakaian menyampaikan pesan, pakaian terlihat sebelum suara terdengar, pakaian tertentu berhubungan dengan perilaku tertentu.” (Kafgen dan Touchie- specht, 1971; 10-11 (Rakhmat hal :288) umumnya pakaian kita digunakan untuk menyampaikan identitas kita, untuk mengungkapkan kepada orang lain siapa kita. Menyampaikan identitas berarti menunjukkan kepada orang lain bagaimana perilaku kita dan bagaimana orang lain sepatutnya memperlakukan kita. Selain itu, pakaian dipakai untuk menyampaikan perasaan (seperti blus hitam ketika wanita berduka cita, atau pakaian yang semarak mengartikan kita ceria), status dan peranan seperti seragam pegawai kantor). Kosmetik, seperti dinyatakan oleh M.S Wetmore Cosmetic Studio di California (Rakhmat hal : 288) dapat mengungkapkan kesehatan, sikap yang ekspresif dan komunikatif, dan kehangatan.

Interaksi Simbolik

Interaksi didasarkan pada ide-ide mengenai diri dan hubungannya dengan masyarakat. Karena ide ini dapat diinterpretasikan secara luas, akan dijelaskan secara detail tema-tema teori ini

dan, dalam prosesnya, dijelaskan pula kerangka asumsi teori ini (West dan Turner 2008 hal: 98).

Ralph LaRossan dan Donald C. Reitzes (West dan Turner 2008 hal: 98) telah mempelajari Teori Interaksi Simbolik yang berhubungan dengan kajian mengenai keluarga. Mereka mengatakan bahwa tujuh asumsi mendasar interaksi simbolik dan bahwa asumsi-asumsi ini memperlihatkan tiga tema dasar:

1. Pentingnya makna bagi perilaku manusia
2. Pentingnya Konsep mengenai diri
3. Hubungan antara individu dengan masyarakat

Konsep Diri

Tema yang kedua pada SI berfokus pada pentingnya konsep diri (*self-concept*), atau seperangkat presepsi yang relatif stabil yang dipercaya orang mengenai dirinya sendiri. Ketika setiap aktor sosial menanyakan pertanyaan “Siapakah Saya?” jawabannya berhubungan dengan konsep diri. Karakteristik yang diakui oleh Roger tentang ciri-ciri fisiknya, peranan, talenta, keadaan emosi, nilai, keterampilan, dan keterbatasan sosial, intelektualitas, dan seterusnya membentuk konsep dirinya. Pernyataan ini merupakan hal yang sangat penting untuk Interaksionisme Simbolik. Selanjutnya teori interaksi simbolik sangat tertarik dengan cara orang mengembangkan konsep diri. Teori ini menggambarkan individu dengan diri yang aktif, didasarkan pada interaksi sosial dengan orang lainnya. Tema ini memiliki dua asumsi tambahan, menurut (LaRossan dan Reitzes 1993 dalam West dan Turner hal:101)

1. Individu-individu mengembangkan konsep diri

- melalui interaksi dengan orang lain
2. Konsep diri memberikan motif yang penting untuk perilaku

Hedonisme

Hedonisme merupakan faham atau teori etika yang lebih mengutamakan kenikmatan, atau yang lebih itu apabila dapat memberikan kenikmatan, bahkan tujuan hidup manusia adalah mencari dan mengejar kenikmatan. Secara nyata para penganjur teori hedonisme menyatakan bahwa yang menjadi tujuan kehidupan adalah kenikmatan. Teori tersebut dinyatakan dalam beberapa hal:

- a. Kenikmatan adalah kebaikan tertinggi
- b. Kenikmatan adalah kebaikan intrinsik
- c. Kenikmatan harus dicari
- d. Kebaikan ditentukan oleh kemampuan sejauh mana mampu memberikan kenikmatan.

Gaya Hidup Hedonis

Hedonisme muncul pada awal sejarah filsafat sekitar tahun 433 SM. Hedonisme merupakan suatu paham tentang kesenangan yang kemudian dilanjutkan seorang filsuf Yunani bernama Epikuros (341- 270 SM). Menurutny, tindakan manusia yang mencari kesenangan adalah kodrat alamiah. Meskipun demikian, hedonisme Epikuros lebih luas karena tidak hanya mencangkup kesenangan badani saja seperti kaum Aristippus, melainkan kesenangan rohani juga, seperti kebebasan jiwa dari keresahan (Prajna dan Damayantie, 2013: 184).

Paham hedonisme ini pun melahirkan perilaku atau sikap yang dilakukan oleh seseorang yang memiliki paham hedonisme tersebut. Sikap ini disebut dengan sikap

hedonis. Sudarsih (2007: 2) memaparkan sikap hidup hedonis dalam pemahaman umum yang menggejala dalam masyarakat, yakni sikap hidup yang cenderung foya-foya dan lebih berkonotasi materi. Kenikmatan diukur dari sisi materi dan masih berdasar dari kondisi lingkungan sekitar demi memuaskan keinginan untuk dapat berada dalam kelas atau status sosial tertentu.

(Menurut Chaney dalam Idi Subandy 1997: 56) gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang dengan keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disukainya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian, walaupun untuk mendapatkan berbagai hal tersebut harus dengan menghalalkan berbagai macam cara.

Sedangkan menurut (Sujanto dalam Sudarsih 2007: 7) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis yang berorientasi pada kesenangan umumnya banyak ditemukan dikalangan remaja. Hal ini karena remaja mulai mencari identitas diri melalui penggunaan simbol- simbol status seperti mobil, pakaian, dan memiliki barang-barang lain yang dapat terlihat.

Ciri- Ciri Gaya Hidup Hedonis

Ciri gaya hidup hedonis adalah kebahagiaan diperoleh dengan mencari perasaan- perasaan menyenangkan dan sedapat mungkin menghindari perasaan-perasaan yang tidak enak. Contohnya ialah, makan akan menimbulkan kenikmatan jika membawa efek kesehatan, tetapi makan yang berlebihan akan menimbulkan penyakit (Sudarsih, 2007: 1). Lebih lanjut Sudarsih (2007: 7) pada penelitiannya menyatakan, gaya hidup seseorang merupakan fungsi karakteristik atau sifat

individu yang sudah dibentuk melalui interaksi lingkungan, orang yang semulanya tidak boros (hemat) menjadi pemboros setelah bergaul dengan orang-orang yang boros.

Menurut Susanto dalam (Sudarsih 2007: 7), menyatakan bahwa atribut kecenderungan gaya hidup hedonis meliputi lebih senang mengisi waktu luang di *mall*, *cafe* dan *restoran-restoran* makanan siap saji (*fast food*), serta memiliki sejumlah barang-barang dengan merk prestisius. Martha dalam (Sudarsih 2007: 7) remaja yang memiliki kecenderungan bergaya hidup hedonis biasanya akan berusaha agar sesuai dengan status sosial hedonis, melalui gaya hidup yang tercermin dengan simbol-simbol tertentu, seperti merk-merk yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, dan segala sesuatu yang berhubungan serta dapat menunjukkan tingkat status sosial yang tinggi.

Metode Penelitian

Sesuai fokus masalah penelitian, maka penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Konsep dalam penelitian ini adalah konsep yang langsung menjelaskan Gaya Hidup Hedonis pada Penerima beasiswa bidikmisi di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi yang dapat berfungsi sebagai informan. Dalam penentuan subjek menggunakan *purposive sampling*. Objek dari penelitian yang akan dikaji adalah gaya hidup hedonis pada mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik.

Reduksi data dilakukan pertama kali dengan memilih data-data yang didapatkan dari hasil wawancara kepada masing-masing narasumber, selanjutnya dikemas dalam penyajian data. Melalui penyajian

data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan lebih mudah memahaminya dan merencanakan kerja selanjutnya. Berdasarkan apa yang telah dipahami, dalam penelitian ini data yang telah direduksi dikemas dengan cara mencari kesimpulan dari masing-masing jawaban narasumber untuk setiap pertanyaan penelitian. Hasil yang diperoleh dari data yang telah direduksi dan disajikan dalam penyajian data adalah keseluruhan narasumber memberikan jawaban yang sama satu dengan yang lainnya serta merasakan hal yang kurang lebih sama mengenai gaya hidup hedonis pada mahasiswa bidikmisi.

Hasil Penelitian

Pesan Artefaktual Perilaku Hedonisme Mahasiswa Bidikmisi Fisip

Hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di Fisip Untad dapat memberikan gambaran bagi peneliti bagaimana perilaku Hedonisme yang dimiliki beberapa mahasiswa Bidikmisi di Fisip. Perilaku tersebut dapat terlihat melalui pemakaian-pemakaian barang-barang yang mereka miliki ataupun koleksi-koleksi barang-barang tertentu kemudian observasi tersebut diperkuat dengan pertanyaan-pertanyaan dari hasil wawancara.

Penampilan Tubuh

Hasil pengamatan peneliti dari penampilan tubuh dari informan sendiri terdapat beberapa perubahan sesuai berjalannya waktu, walaupun bentuk tubuh yang dimiliki relatif menetap ada beberapa cara para mahasiswa dalam mengkonsep tubuhnya menjadi menarik dan dapat menjadi perhatian orang-orang yang disekitarnya. Dari observasi yang peneliti

lakukan dapat terlihat bagaimana perubahan penampilan tubuh yang terlihat dari mahasiswa bidikmisi setelah memasuki bangku kuliah. Seperti halnya Galang yang sadar akan perubahan dalam berpenampilan. Berikut adalah hasil wawancara dengan salah satu mahasiswa penerima bidikmisi di Fisip tentang penampilan tubuhnya sekarang.

Pakaian

Sesuai dengan pengamatan peneliti tentang barang-barang yang nampak dari diri informan termaksud Pakaian atau asesoris yang digunakan para penerima Bidikmisi Fisip, terdapat pakaian seperti baju, celana ataupun jaket yang memiliki Brand ternama menjadi koleksi dari beberapa penerima Bidikmisi di Fisip. Hasil wawancara Rangga berikut ini berhasil membuktikan ada beberapa dari penerima Bidikmisi memiliki koleksi pakaian yang bermerek.

Kosmetik

Kosmetik merupakan alat untuk membantu seseorang dalam mengekspresikan wajahnya dan memperlihatkan sehat dan tidaknya seseorang, seperti pada saat seseorang menggunakan make up dan membuatnya dengan cerah seseorang tersebut merasakan senang dan pada saat ia tidak menggunakan make up kemungkinan seseorang tersebut sementara merasakan kemurungan atau kurang sehat. Kosmetik juga memiliki merek dan kualitas yang berbeda, makin mahal merek kosmetik tersebut makin bagus kualitas kosmetik tersebut seperti merek kosmetik Wardah, Purbasari, Pixy dan lain-lain.

Hasil pengamatan yang peneliti lakukan, ada beberapa mahasiswa bidikmisi yang menyukai kosmetik yang bermerek

bukan karena mahal tetapi karena kenyamanan dan kualitas dari kosmetik tersebut.

Konsep Diri

Bagaimana seseorang dapat mengembangkan konsep diri mereka. Dalam hal ini pentingnya konsep diri dapat dilihat dari dua asumsi yaitu (1) Individu-individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain dan (2) Konsep diri memberikan motif yang penting untuk perilaku.

Mengembangkan Konsep Diri

Membangun perasaan akan diri tidak selamanya melalui kontak dengan orang lain melainkan melalui interaksi dengan lingkungannya. Seperti apa lingkungan mereka seperti itulah cerminan konsep diri yang akan mereka bangun. Hasil wawancara peneliti dengan Mely menguatkan asumsi ini, sebagai berikut:

“Iya saya membangun interaksi dengan orang lain agar saya dapat berteman lebih intim kepada mereka, dan hasilnya saya berperilaku seperti apa yang mereka lakukan, termaksud berpakaianpun saya bisa mengkoleksi sepatu-sepatu bermerek karena saya melihat teman saya memakainya dan bagus untuk saya juga (wawancara, 26 Maret 2018).”

Keintiman seseorang dapat dibangun melalui sebagaimana interaksi yang kita lakukan, hasil wawancara diatas membuktikan Mely akan berperilaku seperti mengkoleksi barang-barang kesukaannya terpengaruhi oleh faktor interaksi yang dibangun dari teman-temannya dan lingkungannya. Interaksi yang dimaksud

adalah pertemanan yang sudah lama dan memberikan efek perilaku kepada Mely.

Motif pada Konsep Diri

Bagaimana kita mengkonsep diri kita begitupun perilaku yang akan kita perlihatkan, seperti halnya beberapa mahasiswa penerima bidikmisi mengkonsep diri mereka dengan kebiasaan yang mengkoleksi barang-barang mewah dan menjadi orang-orang yang lebih suka bersenang-senang dan dimana lingkungan mereka juga mendukung konsep diri tersebut, perilaku yang akan terlihat adalah perilaku hedonismelah yang menjadi sorotan orang lain. Dari hasil wawancara peneliti mendapatkan beberapa mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang mengkonsep diri mereka seperti asumsi di sebelumnya, seperti Rangga sebagai berikut:

“yahn sudah pastilah saya terbiasa dengan kebiasaan saya ini yang membeli barang- barang bermerek untuk kenyamanan saya dan lingkungan saya juga pasti menerima saya karena teman- teman saya juga seperti ini (wawancara 21, Maret 2018).”

Begitulah hasil wawancara yang dapat membuktikan bahwa sebagaimana kita mengkonsep diri kita hal tersebut akan tercermin dari perilaku yang kita perlihatkan.

Pembahasan

Gaya hidup Hedonisme dapat juga diartikan perilaku yang menyukai kesenangan atau kebahagiaan duniawi seperti halnya dalam memuaskan diri dengan mengkoleksi barang- barang tertentu seperti alat elektronik, pakaian dan lain- lian tanpa memikirkan tingginya harga barang tersebut.

Gaya hidup ini juga di sebut sikap hedonis yang sekarang sangat di gemari kaum mahasiswa yang sedang mencari jati dirinya dengan lingkungannya sekarang. Dalam komunikasi pesan yang di sampaikan dapat melalui non verbal. Karena itu teori yang paling cocok yaitu menggunakan teori non verbal Artefktual.

Pesan Artefaktual

1. Penampiln Tubuh

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas menunjukkan bahwa bentuk tubuh relatif tidak berubah tetapi zaman semakin maju banyak model-model pakaian yang dapat membuat penampilan penggunanya terlihat fashionable di lingkungannya. Penampilan tubuh sangat erat hubungannya dengan pemakaian baju ataupun aksesoris, penampilan tubuh dari mahasiswa bidikmisi dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti didapatkan kebiasaan yang sering mengkoleksi barang-barang bermerek yang merupakan gaya hidup hedonis dari para mahasiswa bidikmisi di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik

2. Pakaian

Pakaian merupakan salah satu media komunikasi dalam menyampaikan pesan artefaktual dari seseorang. Umumnya pakaian kita digunakan untuk menyampaikan identitas kita, untuk mengungkapkan kepada orang lain sikap kita. Menyampaikan identitas berarti menunjukkan kepada orang lain bagaimana perilaku kita dan bagaimana orang lain sepatutnya memperlakukan kita. Selain itu, pakaian dipakai untuk menyampaikan perasaan seperti pada saat berduka warna hitam menjadi pilihan untuk pakaian dan pkaian juga dijadikan sebagai ungkapan peran siapa kita, seperti pakaian seorang guru dan PNS. Dalam hal ini beberapa

mahasiswa bidikmisi memiliki kebiasaan dalam mengoleksi pakaian- pakaina yang bermerek dan sudah pasti memiliki kualitas tinggi.

3. Kosmetik

Kosmetik dalam hal ini dapat mengungkapkan kesehatan, sikap yang ekspresif dan komunkatif, dan juga mengungkapkan kesehatan seseorang. Dari hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti beberapa mahasiswa dalam mengekspresikan dirinya menggunakan kosmetik yang mereka rasa pemilihan kualitas dan warna- warna dari kosmetik tersebut sangatlah penting. Seperti halnya pemilihan warna bedak padat yang diganakan para mahasiwa penerima bidikmisi dapat mempengaruhi cerah dan tidak cerah nya wajah mereka.

Konsep Diri

Pentingnya mengkonsep diri dengan baik di lingkungan dimana kita berada. Interaksi sangatlah mempengaruhi bagaimana kita membangun konsep diri tersebut. Dari ungkapan salah satu mahasiswa penerima besiswa bidikmisi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Yuri yang mengakui bahwa interaksi sangatlah mempengaruhi bagaimana kita membangun konsep diri kita. Individu- individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengan orang lain dan Konsep diri memberikan motif penting untuk perilaku, kedua asumsi tersebut terbukti bahwa interaksi dapat membangun konsep diri dari para mahasiswa bidikmisi yang berperilaku hedonisme.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang “Perilaku Hedonisme Pada Penerima Beasiswa Bidikmisi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas

Tadulako (Analisis Pesan Artefaktual)” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pesan Artefaktual

Hedonisme merupakan perilaku yang memandang kesenangan suatu hal yang harus didapatkan dalam kehidupan. Kesenangan ini sendiri dapat diaplikasikan melalui pesan artefaktual seperti penampilan tubuh, pakaian dan kosmetik. Mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi yang berperilaku hedonisme akan memperhatikan tubuhnya dengan menggunakan pakaian dan kosmetik yang bermerek, dari kebiasaan mengoleksi barang-barang bermerek tersebut para mahasiswa penerima beasiswa bidikmisi mendapatkan kepuasan tersendiri akan kebiasaan tersebut.

2. Konsep Diri

Mengembangkan konsep diri dengan cara berinteraksi dengan orang lain seperti dalam hal membangun emosi, nilai, fisik, peranan, talenta dan lain- lain merupakan faktor- faktor yang akan melengkapi tujuan interaksi kita dengan orang lain. Dari hasil observasi dan wawancara sebelumnya peneliti berhasil menarik kesimpulan bahwa interaksi sangatlah berpengaruh terhadap pembangunan konsep diri dari seorang mahasiswa penerima besiswa bidikmisi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako. Dalam konsep diri ada dua asumsi tentang pengembangan konsep (1) Individu- individu mengembangkan konsep diri melalui interaksi dengn orang lain, (2) Konsep diri memberikan motif yang penting untuk perilku.

Referensi

- Budyatna, Muhammad dan Ganiem, Leila Mona. 2011. *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Kencana Predana Media Group
- Franz J. Monks; A. M. P. Knoers, dan Siti Rahayu Haditono. 2001. *Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Gunarsa, Ny. Singgih D. 2003. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Gunung Mulia
- Hamid, Farid dan Budianto Heri. 2011. *Ilmu Komunikasi Sekarang dan Tantangan Masa Depan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- <http://digilib.uinsby.ac.id/387/4/Bab%202.pdf>. Diakses pada hari Kamis, 18/11/2017, pukul 18:30 WITA
- <http://digilib.unila.ac.id/25776/3/SKRIPSI%20TANPA%20BAB%20PEMBAHASAN.pdf> Diakses pada hari Senin, 2/10/2017, pukul 08:00 WITA
- http://ejournal.sos.fisipunmul.ac.id/site/wpc/ontent/uploads/2016/02/02_format_art
- <http://id.wikipedia.org/wiki/beasiswa> Diakses pada hari Minggu, 5/11/2017, pukul 19.36 WITA
- <https://kbbi.web.id/mahasiswa>. Diakses pada hari Rabu, 1/11/2017, pukul 08.59 WITA
- Ibrahim, Idy Subandy. 1997. *Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [ikel_ejournal_mulai_hlm_genap_1%20\(02-17_16-07-13-51\).pdf](ikel_ejournal_mulai_hlm_genap_1%20(02-17_16-07-13-51).pdf) Diakses pada hari Selasa, 10/10/2017, pukul 15:35 WITA
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik praktis riset komunikasi, disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Surabaya: kencana predana group.
- Littlejohn, Stephen. W dan Foss, Karen A. 2014. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika
- Mulyana, Reddy. 2001. *Metode penelitian kualitatif*. Bandung: pt remaja rosdakarya.
- Noor, Juliyansyah. 2011. *Metode penelitian. Skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah*. Jakarta: kencana prenada media group
- Praja Dan Damayantie. 2013. *Potret Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa*. Lampung: Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik UNILA. Diakses pada hari Senin, 02/11/2017, pukul 17:30 WITA
- Rakhmat, Jalaluddin. 2015. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- <storage.jak-stik.ac.id/ProdukHukum/Pendidikan/Beasiswa-Bidik-Misi.pdf>. Diakses pada hari Minggu, 5/11/2017, pukul 17.48 WITA
- Sudarsih, Sri. 2007. *Konsep Hedonisme Epikuros Dan Situasi Indonesia Masa Kini*. Semarang: UNDIP. Diakses pada hari Senin, 02/10/2017, pukul 17.50 WITA
- Sugiyono. 2011. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung:ALFABETA
- West, Richard dan Turner Lynn. H 2008. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika
- Yusuf, M Pawit. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: PT Bumi Aksara

