



Pengaruh Nilai Tanda dan Nilai Simbol Perilaku Hedonisme Dikalangan Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji

Endang Simanjuntak

Universitas Maritim Raja Ali Haji, Indonesia

Siti Arieta

Universitas Maritim Raja Ali Haji, Indonesia

Sri Wahyuni

Universitas Maritim Raja Ali Haji, Indonesia

Email Korespondensi: endang20082000@gmail.com

Abstract. *Students who live with modernization have shifted the value of attitude mentality as students who should read, write, research, discuss and become individuals who are rich in knowledge on the college board, but it cannot be said that all students are involved in hedonism. The purpose of this study was to measure the level of hedonism and lifestyle among Umrah students. This study uses a quantitative approach where the X1 indicator is the sign value, the X2 indicator is the symbol value and the Y indicator is Hedonism with a population-based test option and a sample of 7,658 Umrah students divided into 366 students based on research need indicators. The way to get the data is through a research questionnaire, namely using the Google form, then this study uses Jeand Baudriliad's theory about consumption and lifestyle so that the results of this study are a validity test of 366 samples with a grand mean of 60% agree with variable X1 and as many as 233 people or 63% agree with variables X2 and 234 or as much as 63.9% agree with the indicator variable Y, it can be analyzed that data analysis is carried out by grouping into categories and describing the data obtained according to the categories. This study found that the five subjects carried out activities that lead to subject pleasure such as hanging out, shopping, vacations, clubbing besides that the subject has an interest in something that is considered important and wants to be different from the surrounding environment and has hopes that lead to pleasure itself. Factors that can affect the hedonic lifestyle of students is the desire to be different so they do various ways to follow the influence of modernization.*

Keywords: *Lifestyle, Student, Hedonism.*

Abstrak. Mahasiswa yang hidup dengan modernisasi telah menggeser nilai mentalitas sikap sebagai mahasiswa yang seharusnya membaca, menulis, meneliti, berdiskusi dan menjadi individu yang kaya akan ilmu di jenjang perguruan tinggi, namun tidak dapat dikatakan seluruh mahasiswa terlibat di dalam hedonisme. Tujuan penelitian ini agar mengukur bagaimana tingkat hedonisme dan gaya hidup pada kalangan mahasiswa umrah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana indikator X1 adalah nilai tanda, indikator X2 adalah nilai simbol dan indikator Y adalah Hedonisme dengan pilihan uji berdasarkan populasi dan sampel sebanyak 7.658 mahasiswa umrah yang di bagikan menjadi 366 mahasiswa berdasarkan indikator kebutuhan penelitian. Cara mendapatkan data nya melalui kusioner penelitian yakni menggunakan gogle form yang kemudian penelitian ini menggunakan teoeri jeand baudriliad tentang konsumsi dan gaya hidup sehingga hasil penelitian ini adalah uji validitas 366 sampel dengan grand mean 60% setuju dengan variabel X1 dan sebanyak 233 orang atau 63% setuju dengan variabel X2 dan 234 atau sebanyak 63,9 % setuju dengan variabel indikator Y maka dapat di analisis bahwa Analisis data yang dilakukan dengan cara mengelompokkan ke dalam kategori dan mendiskripsikan data yang diperoleh sesuai dengan kategori. Penelitian ini menemukan bahwa kelima subjek melakukan kegiatan yang mengarah pada kesenangan subjek seperti nongkrong, belanja, liburan, dugem selain itu subjek memiliki ketertarikan terhadap suatu hal yang dianggap penting dan ingin berbeda dengan lingkungan sekitarnya serta memiliki harapan yang mengarah pada kesenangan sendiri.

Faktor yang dapat mempengaruhi gaya hidup hedonis pada mahasiswa adalah keinginan tampil beda sehingga melakukan berbagai cara untuk mengikuti pengaruh modernisasi.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Mahasiswa, Hedonisme

PENDAHULUAN

Modernisasi seringkali berhubungan dengan pertumbuhan kota dan urbanisasi yang cepat. Perubahan ini dapat mempengaruhi gaya hidup masyarakat secara menyeluruh, seperti perubahan dalam pola makan, mode berpakaian, hiburan, dan aktivitas sosial. Gaya hidup konsumtif cenderung meningkat dalam masyarakat yang mengalami modernisasi, dengan peningkatan konsumsi produk-produk modern seperti teknologi, fashion, dan hiburan. Peningkatan pendidikan dan kesempatan pekerjaan baru dapat mempengaruhi gaya hidup seseorang.

Modernisasi sangat dekat hubungannya dengan gaya hidup hedonisme, gaya hidup hedonisme menimbulkan kecenderungan munculnya tingkah laku individu melalui interaksi sosial guna memperoleh kesenangan dan kebebasan untuk mencapai kepuasan atau kenikmatan hidup. Gaya hidup hedonisme adalah suatu cara hidup di mana individu atau kelompok mengejar kesenangan, kenikmatan, dan kepuasan pribadi sebagai tujuan utama dalam kehidupan mereka. Perilaku gaya hidup hedonime yang tergantung pada konsumerisme yang lahir di tengah masyarakat sosial.

Konsumerisme merupakan gaya hidup yang menduga bahwa kepuasan diri berasal dari mengkonsumsi atau membeli barang-barang (*glamor*) tanpa melihat nilai atau guna dari barang yang dikonsumsi tersebut, sehingga tidak sering didapatkan hal ini menjadi tolak ukur eksistensi individu pada tingkat kelas sosial masyarakat (Septiansari & Handayani, 2021).

Gaya hidup yang terkait dengan hedonisme akan mencerminkan fokus pada pencarian dan ketertarikan kesenangan atau kenikmatan sebagai tujuan utama dalam hidup. Hedonisme adalah filosofi yang mengutamakan kesenangan dan kenikmatan sebagai hal yang paling penting dalam mengambil keputusan dan menjalani kehidupan. Beberapa indikator gaya hidup yang dapat dikaitkan dengan hedonisme meliputi: Pengambilan keputusan berdasarkan kenikmatan orang yang menganut gaya hidup hedonis mungkin akan cenderung mengambil keputusan berdasarkan apa yang memberikan kesenangan atau kenikmatan kepada mereka, tanpa terlalu mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang.

Gaya hidup seseorang diterapkan dalam kegiatan hidup sehari-hari baik berupa aktifitas, minat maupun opini. Aktifitas yang dilakukan seseorang berkaitan dengan cara seseorang tersebut dalam menggunakan waktunya. Minat merupakan suatu hal menarik yang

bisa membuat seseorang memikirkan jati diri serta lingkungan sekitarnya. Pencarian jati diri oleh mahasiswa dapat dilihat melalui perilaku yang diperlihatkan dalam kehidupan yang ditampilkan (Thamrin % Saleh, 2021)

Saat ini kebanyakan orang lebih mengutamakan aspek gaya hidup dibandingkan hal lainnya, mereka mementingkan kesenangan bahkan mereka rela mengorbankan apapun demi mendapatkan kesenangan tersebut tanpa memikirkan efek yang ditimbulkan oleh hal yang mereka inginkan. Kecenderungan inilah yang saat ini kita kenal dengan istilah gaya hidup hedonis atau gaya hidup yang mementingkan kesenangan yang identik dengan materi. Remaja sebagai generasi penerus bangsa pada kenyataannya saat ini juga ikut terbawa arus gaya hidup hedonis, terutama di kalangan mahasiswa. Hal ini terjadi karena mahasiswa mempunyai peluang yang sangat tinggi dalam mengikuti trend yang terjadi saat ini dibandingkan tingkatan remaja lainnya (Lukitsari, 2016).

Kemudahan akses dan kenyamanan Online shop memberikan kemudahan akses untuk membeli barang dan jasa melalui platform online. Mahasiswa dapat dengan mudah mencari produk yang mereka inginkan, membandingkan harga, membaca ulasan pengguna, dan melakukan transaksi kapan pun dan di mana pun. Ini memberikan kenyamanan dan fleksibilitas yang lebih besar dibandingkan dengan pergi ke toko fisik.

Pilihan produk yang lebih luas dengan online shop, mahasiswa memiliki akses ke berbagai produk dari berbagai merek dan penjual di seluruh dunia. Mereka dapat menemukan barang-barang unik, produk impor, atau item khusus yang mungkin sulit ditemukan di toko fisik lokal. Hal ini memperluas pilihan mereka dan memungkinkan mereka untuk mendapatkan produk yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan mereka. Harga yang kompetitif dan diskon Online shop sering kali menawarkan harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan toko fisik. Mahasiswa dapat membandingkan harga dari berbagai penjual dan menemukan penawaran atau diskon yang menarik. Ini dapat membantu mereka menghemat uang dan membeli barang dengan harga yang lebih terjangkau.

Mahasiswa dapat terlibat dalam komunitas belanja online, seperti grup diskusi, forum, atau media sosial yang fokus pada pembelian online. Mereka dapat berbagi pengalaman, memberikan ulasan produk, atau mencari rekomendasi dari orang lain. Hal ini memungkinkan mereka untuk berinteraksi dengan sesama konsumen dan memperoleh informasi yang berguna sebelum membuat keputusan pembelian. Mahasiswa yang menggunakan online shop juga dapat mengembangkan keterampilan digital mereka. Mereka belajar tentang navigasi online, transaksi elektronik, pembayaran digital, dan keamanan dalam berbelanja online. Keterampilan

ini penting dalam era digital dan dapat membantu mereka dalam kehidupan pribadi dan profesional di masa depan.

Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji lebih aktif berbelanja online melalui media sosial Instagram. Kegiatan berbelanja online melalui Instagram ini menjadi hal keseharian dan dapat dikatakan sebuah gaya hidup konsumtif karena sudah biasa dilakukan, bahkan dilakukan secara terus menerus, berkelanjutan, dan menjadi ketergantungan. Hal tersebut di atas juga saya rasakan di lingkungan Universitas Maritim Raja Ali Haji yang notabene adalah dari kalangan mahasiswa yang berpendidikan yang seharusnya sudah mampu menyikapi realitas yang lebih kritis dan bijak.

Banyak dari teman-teman mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji yang memanfaatkan smartphone yang mereka miliki untuk berbelanja secara online yang dari pengamatan penulis terkesan berlebihan sehingga menunjukkan perilaku konsumtif yang secara langsung berdampak pada gaya hidup mahasiswa tersebut. Hal tersebut terjadi bukan karena sebab tingginya rasa gengsi di kalangan mahasiswa dan banyaknya iklan yang mempromosikan toko online melalui media cetak seperti jawa pos, kompas media. Gencarnya para pemilik toko online yang beriklan di setiap acara televisi yang sering kali disaksikan oleh mahasiswa, banyaknya toko online yang beriklan melalui sosial media, instagram, facebook, dan lain-lain. Hal-hal itulah yang tidak dapat lagi dipungkiri sehingga pelaku lahirnya budaya belanja online yang melanda teman-teman mahasiswa.

Online shop adalah kegiatan berbelanja yang sangat mudah dan dapat dilakukan dimana saja selama kita masih terhubung dengan jaringan internet. Dengan adanya online shop banyak membuat para mahasiswa memiliki kepribadian yang konsumtif dimana tidak mempunyai kepuasan dalam berbelanja ingin terus menerus membeli barang yang ada di online shop meskipun yang ia inginkan ia sudah dimilikinya.

Menurut Lukitsari (2016) Fenomena gaya hidup hedonisme ini ditunjukkan kalangan mahasiswa dalam hal kebiasaan mahasiswa menghabiskan waktu dan menggunakan uang saku pemberian orang tua mereka. Menurut Kotler (2018) gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor internal (yang berasal dari dalam diri) dan faktor eksternal (yang berasal dari luar atau lingkungan sekitar). Gaya hidup identik dengan kebiasaan seseorang dalam mengatur kehidupannya, sikap di depan umum, serta keinginan untuk mendapatkan status sosial yang lebih tinggi dari orang lain melalui simbol-simbol sosial. Gaya hidup memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap manusia sesuai dengan tindakan sosial di masyarakat.

Menurut Hurlock (Wibowo, 2018) Gaya hidup hedonisme yang terjadi di kalangan mahasiswa, tercermin dari perilaku sehari-hari, antara lain kebiasaan mereka yang selalu ingin

bersenang-senang seperti keinginan membeli barang mewah, animo untuk membeli dan membayar secara kredit walaupun dia masih bergantung pada orang tua. Sering kali seorang mahasiswa mengabaikan kebutuhan utama dan melakukan aktivitas bersenang-senang yang akan berdampak negatif tidak fokus pada studi dan pergaulan yang membangun. Sifat boros dalam kesehariannya serta tidak memikirkan jerih payah orang tua.

Gaya hidup hedonisme sangat menarik bagi mahasiswa, terlepas dari amanah yang di berikan dari orang tua kepada mahasiswa itu sendiri yaitu untuk belajar dan menuntut ilmu kejenjang yang lebih tinggi. Pada saat di awal perkuliahan banyak mahasiswa yang akan mengikuti dengan baik pembelajaran yang di berikan oleh dosen, tugas, dan kehadiran, ini merupakan tahap transisi yang semula hanya berstatus siswa berubah ke mahasiswa, namun ketika sudah mengenal dunia perkuliahan mereka mulai mencari-cari hal baru sehingga dapat merubah tingkah laku, cara berpikir dan gaya hidup. Inilah pembentukan awal proses bagaimana seorang mahasiswa menentukan arah hidupnya, ketika ia mendapat teman baik dan soleh, maka dengan begitu tingkah mahasiswa itupun akan mengarah ke perilaku yang baik, apabila ia berteman dengan orang yang memiliki perilaku yang kurang baik maka akan berpengaruh juga terhadap perilaku mahasiswa tersebut.

Dunia perkuliahan dikampus sangat menarik untuk di teliti, mahasiswa yang hobi berorganisasi akan memiliki teman yang juga hobi organisasi, mereka yang hobi dengan fashion khususnya kaum wanita juga akan berteman dengan yang memiliki hobi sama, kemudian mahasiswa yang hobi dengan olahraga juga akan memiliki teman yang se-hobi dengan mereka, kemudian mahasiswa yang hedonis ini lahir dari bibit-bibit apatis yang kurang memperdulikan seputar kegiatan dilingkungan kampus, yang ia tahu hanyalah kuliah pulang-kuliah pulang, ketika dia memiliki teman dengan tingkah laku yang sama maka mereka cenderung akan menjadi teman dekat, ketika mereka jenuh dengan aktivitas yang hanya kuliah pulang-kuliah pulang, barulah mereka merasa akan jenuh dengan kegiatan itu, maka munculah ide-ide untuk bersenang-senang untuk menghilangkan kejenuhan.

Dalam hal ini peneliti tidak menggolongkan seseorang yang menganut gaya hidup hedonis sebagai perilaku menyimpang (deviasi), karena melihat realita bahwa gaya hidup hedonisme bukanlah hal yang dianggap biasa lagi oleh masyarakat perkotaan. Dalam setiap diri individu pasti ingin merasakan kenikmatan hidup dalam berbagai hal, dan tentu saja didukung oleh kehidupan perkotaan yang semakin menunjang karena lebih lengkapnya sarana untuk merasakan semua kenikmatan hidup. Namun mungkin cara yang mereka lakukan untuk bisa bergaya hidup hedonis tidak sesuai dengan kenyataan latar belakang ekonomi keluarga yang sulit, begitulah realita yang terjadi di kebanyakan interaksi sosial, banyak orang yang

ingin di anggap dirinya berstatus sosial tinggi namun tidak menyadari pahitnya realita kehidupan yang mereka jalani.

Oleh karena itu mahasiswa hedonisme memiliki caranya sendiri untuk bisa menikmati gaya hedonis yang mereka anut, yang tidak terlepas dari stigma yang terdiskreditabelkan seperti latar belakang ekonomi yang sulit atau lemah, maupun ada stigma lain di dalamnya seperti melakukan penipuan kecil-kecilan kepada orang tua. Hal inilah yang menimbulkan keresahan bagi peneliti seharusnya perilaku mahasiswa harusnya lebih baik, karena mereka melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.

Perbedaan hedonisme dan konsumsi yaitu Hedonisme dapat dianalisis sebagai pandangan hidup yang menekan pencarian kenikmatan dan kebahagiaan sebagai tujuan utama dalam perilaku dan keputusan individu. Hedonisme dalam konteks ini lebih terfokus pada pandangan hidup dan sikap individu terhadap kebahagiaan sedangkan Konsumsi mengacu pada pembelian, penggunaan, dan pemanfaatan barang dan jasa oleh individu dan kelompok dalam masyarakat. Saya sering dilihat sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan dasar, memperlihatkan status sosial, atau mengambil bagian dalam budaya konsumen.

Menurut UU 20/2003 yang paling utama dalam pendidikan adalah untuk mengembangkan potensi diri peserta didik untuk memiliki kekuatan spiritual, keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya dimasyarakat, bangsa dan negara. Tentunya perilaku hedonis saja sudah bertentangan dengan tujuan pendidikan nasional, apalagi cara yang dilakukan untuk bergaya hidup hedonis melakukan hal-hal kotor didalamnya.

Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian tentang perilaku gaya hidup hedonis pada kalangan mahasiswa khususnya mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji melalui bagaimana mereka menghabiskan waktu nongkrong bersama teman, dimana mereka liburan, bagaimana mereka berpenampilan saat pergi kuliah, apakah mereka mengikuti trend yang ada di masyarakat maupun globalisasi atau tidak, atau apakah mereka membeli barang mewah sesuai kebutuhan atau untuk diperlihatkan kepada teman-teman lainnya

Berdasarkan latar belakang yang diteliti oleh peneliti, Bagaimana Pengaruh Nilai Tanda dan Nilai Simbol Terhadap Perilaku Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji. Dengan tujuan penelitian, untuk mengetahui Bagaimana Pengaruh Nilai Tanda dan Nilai Simbol Terhadap Perilaku Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti melakukan pendekatan penelitian secara kuantitatif yang berlandaskan Filsafat Positivisme (Sugiyono, 2016). Objek penelitian yang dilakukan adalah untuk menilai perilaku gaya hidup heonisme mahasiswa yang berada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji. Populasi atau sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 366 Sampel dengan menggunakan formulasi slovin dengan kriteria responden ialah Mahasiswa S1 Universitas Maritim Raja Ali Haji dan Mahasiswa Generasi Z. Variabel dan pengukuran yang dilakukan menggunakan Skala *Likert* dengan penetapan validitas kuantitatif melalui uji validitas konstruktif, dengan menggunakan SPSS dan Microsoft Excel. Teknik pengumpulan data yang dilakukan secara kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang dilakukan adalah secara analisis data dengan pertanyaan subjektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Akademik Mahasiswa sering terlibat dalam kegiatan akademik seperti seminar, workshop, atau kuliah tamu yang diselenggarakan oleh universitas. Ini adalah kesempatan untuk meningkatkan pemahaman mereka dalam bidang studi dan berinteraksi dengan dosen dan mahasiswa lain yang memiliki minat serupa. Kegiatan Kemahasiswaan Universitas biasanya memiliki beragam kegiatan kemahasiswaan seperti festival, acara amal, lomba, dan kegiatan sosial lainnya. Partisipasi dalam kegiatan semacam ini dapat membantu mahasiswa memperluas jaringan sosial dan mengembangkan keterampilan sosial.

Eksplorasi Budaya dan Wisata Tanjungpinang memiliki kekayaan budaya dan tempat-tempat wisata menarik. Mahasiswa sering mengadakan perjalanan wisata atau kunjungan ke tempat-tempat bersejarah dan wisata di sekitar Tanjungpinang untuk mengeksplorasi keunikan dan keragaman budaya Indonesia. Kuliner dan Rekreasi Mahasiswa dapat menikmati beragam pilihan kuliner lokal di Tanjungpinang dan menikmati waktu bersama teman-teman mereka di restoran, kafe, atau pusat perbelanjaan. Selain itu, mereka juga dapat menghabiskan waktu luang dengan berbagai aktivitas rekreasi seperti bermain olahraga, bersepeda, atau berjalan-jalan di taman.

Kegiatan Sosial dan Kemanusiaan Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji juga dapat terlibat dalam kegiatan sosial dan kemanusiaan, seperti bakti sosial, program relawan, atau kerjasama dengan organisasi nirlaba untuk memberikan kontribusi positif pada masyarakat sekitar. Kehidupan sosial mahasiswa di Tanjungpinang sangat dinamis dan

bervariasi, tergantung pada minat dan keterlibatan individu. Penting bagi mahasiswa untuk mengambil inisiatif dalam terlibat dalam berbagai kegiatan di kampus dan di luar kampus guna memperkaya pengalaman sosial dan pengembangan diri selama masa kuliah.

A. VARIABEL NILAI TANDA (X1)

Tabel 1.1 Distribusi Frekuensi Nilai Tanda (X1)

Item		Jawaban Responden					Mean	Std
		STS	TS	N	S	SS		
X1.1	N	0	4	30	222	110	4.20	0.62
	%	0.0	1.1	8.2	60.7	30.1		
X1.2	N	0	13	72	172	109	4.03	0.80
	%	0.0	3.6	19.7	47.0	29.8		
X1.3	N	0	0	59	165	142	4.23	0.71
	%	0.0	0	16.1	45.1	38.8		
X1.4	N	2	10	50	192	112	4.10	0.77
	%	0.5	2.7	13.7	52.5	30.6		
X1.5	N	2	12	48	201	103	4.07	0.77
	%	0.5	3.3	13.1	54.9	28.1		
X1.6	N	0	4	43	194	125	4.20	0.68
	%	0.0	1.1	11.7	53	34.2		
X1.7	N	0	4	39	183	140	4.25	0.69
	%	0	1.1	10.7	50	38.3		
X1.8	N	0	4	60	197	105	4.10	0.70
	%	0.0	1.1	16.4	53.8	28.7		
X1.9	N	0	4	24	216	122	4.25	0.62
	%	0.0	1.1	6.6	59	33.3		
X1.10	N	0	8	66	208	84	4.01	0.71
	%	0.0	2.2	18	56.8	23		
Grand Mean							4.14	0.71

Pada Tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 366 responden yang menjawab item/indikator X1.1 pada variabel Nilai Tanda (X1), terdapat 110 responden atau 30.1% yang menyatakan sangat setuju, yang menyatakan setuju sebanyak 222 responden atau 60.7%,

jawaban cukup setuju/netral sebanyak 30 responden atau 8.2%, jawaban tidak setuju sebanyak 4 responden atau 1.1%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0.0%. Dari hasil rata-rata itemnya di atas yaitu 4.20, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab sangat setuju pada pertanyaan pertama.

Kemudian dari 366 responden yang menjawab item/indikator X1.2, terdapat 109 responden atau 29.8% yang menyatakan sangat setuju, yang menyatakan setuju sebanyak 172 responden atau 47.0%, jawaban cukup setuju sebanyak 72 responden atau 19.7%, jawaban tidak setuju sebanyak 13 responden atau 3.6%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0.0%. Dari hasil rata-rata itemnya di atas yaitu 4.03, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju pada pertanyaan kedua. Begitu juga dengan item selanjutnya.

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa korelasi antara indikator pertanyaan memiliki pengaruh signifikan tentang bagaimana nilai tanda menjadi salah satu penyebab hedonisme di kalangan mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji dan memiliki pengaruh yang signifikan tentang bagaimana gaya hidup hedonisme pada kalangan mahasiswa jika di analisis menggunakan Jean Baudrillard teorinya tentang simulasi, konsumsi, dan media. Namun, dalam konteks hedonisme, penampilan, dan gengsi, analisis nilai tanda dari Baudrillard dapat memberikan pemahaman yang menarik. Baudrillard berpendapat bahwa dalam masyarakat kontemporer, tanda-tanda dan representasi semakin menggantikan realitas yang sebenarnya.

Dia menyatakan bahwa kita hidup dalam "masyarakat simulasi" di mana citra dan simbol memiliki peran yang dominan dalam membentuk persepsi dan tindakan kita. Dalam konteks penampilan dan gengsi, ini berarti bahwa apa yang seseorang kenakan atau bagaimana mereka mempresentasikan diri mereka dapat menjadi lebih penting daripada siapa mereka sebenarnya. Hedonisme, yang merupakan filsafat yang menekankan kesenangan dan kenikmatan sebagai tujuan hidup, sering kali terkait dengan penampilan dan gengsi. Baudrillard akan mengkritik pendekatan ini dengan menunjukkan bagaimana hedonisme terjebak dalam permainan tanda-tanda yang diperkuat oleh media dan konsumsi.

Mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji menjaga penampilan yang sempurna atau memperoleh gengsi dapat menyebabkan orang terjebak dalam siklus yang tak berujung dari representasi dan citra yang semakin terdistorsi dari realitas. Menurut Baudrillard, mahasiswa konsumsi modern menghasilkan tanda-tanda yang terus-menerus beredar dalam media dan pasar. Konsumsi dan penampilan menjadi sarana untuk memperoleh status sosial dan memenuhi keinginan akan kesenangan. Namun, dalam proses ini, individu cenderung

kehilangan hubungan dengan keberadaan sejati mereka. Mereka menggantikan pengalaman langsung dengan citra dan representasi yang diciptakan oleh media, iklan, dan industri fashion.

Dalam konteks hedonisme, Baudrillard dikaitkan dengan mahasiswa umrah memiliki pengejaran kesenangan dan kenikmatan yang terfokus pada penampilan dan gengsi hanya berkontribusi pada permainan tanda-tanda yang semakin menjauhkan individu dari realitas dan pengalaman autentik. Bagi Baudrillard, hedonisme yang terpusat pada penampilan menjadi simbol dari masyarakat yang terjebak dalam simulasi, di mana citra yang dibangun dan diperdagangkan memiliki nilai yang lebih tinggi daripada pengalaman dan keberadaan sejati.

Analisis Baudrillard terkenal dengan tingkat kompleksitasnya, dan penjelasan yang disampaikan di sini hanya memberikan gambaran umum. Selain itu, pandangan Baudrillard sendiri juga telah dikritik oleh banyak akademisi dan filosof lainnya. Oleh karena itu, ada beragam interpretasi dan pendapat terkait dengan gagasan-gagasannya. Dalam konteks konsumsi modern, nilai tanda mengacu pada makna simbolis yang melekat pada suatu produk atau merek. Konsumen seringkali memilih dan menggunakan produk karena ingin mengungkapkan identitas, status sosial, atau afiliasi dengan kelompok tertentu.

Salah satu konsep yang dikembangkannya adalah "tanda", yang merupakan aspek penting dalam analisisnya tentang mahasiswa konsumsi. Dalam konteks nilai tanda, pemahaman kita tentang produk dan konsumsi tidak hanya terbatas pada nilai fungsional atau kegunaan langsung, tetapi juga mencakup nilai simbolis yang dihasilkan oleh produk itu sendiri. Dalam kasus "membeli produk karena kemasan menarik," Baudrillard akan melihat fenomena ini sebagai manifestasi dari nilai simbolis yang dihubungkan dengan produk tersebut. Bagi Baudrillard, mahasiswa konsumsi modern cenderung terfokus pada nilai-nilai simbolis dan estetika daripada pada nilai-nilai fungsional.

Menariknya kemasan dapat menciptakan tanda-tanda yang melampaui nilai produk yang sebenarnya. Kemasan yang menarik mungkin memberikan kesan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang tinggi, bergengsi, atau mewah. Dalam hal ini, nilai tanda menjadi lebih penting daripada nilai intrinsik produk itu sendiri. Baudrillard juga mengemukakan konsep "simulasi," di mana realitas telah digantikan oleh representasi dan tanda-tanda. Dalam konteks ini, kemasan yang menarik bisa dianggap sebagai representasi yang menggantikan nilai produk yang sebenarnya. Mahasiswa membeli produk tersebut bukan hanya untuk manfaatnya, tetapi juga karena mereka ingin memperoleh nilai-nilai simbolis yang diwakilkan oleh kemasan itu sendiri.

Namun demikian, penting untuk diingat bahwa analisis Baudrillard cenderung bersifat kritis terhadap mahasiswa umrah konsumsi dan kadang-kadang menolak pandangan

konvensional tentang nilai-nilai tanda. Pandangan ini telah dikritik oleh beberapa sarjana lainnya, yang berpendapat bahwa nilai intrinsik produk masih memiliki peran yang signifikan dalam keputusan konsumen. Secara keseluruhan, analisis Baudrillard tentang nilai tanda dapat memberikan wawasan yang menarik tentang mengapa mahasiswa dapat membeli produk hanya berdasarkan kemasan yang menarik. Namun, analisis ini juga perlu dikaitkan dengan pandangan-pandangan lain untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena konsumsi modern

B. VARIABEL NILAI SIMBOL (X2)

Tabel 1.2 Distribusi Frekuensi Nilai Simbol (X2)

Item		Jawaban Responden					Mean	Std
		STS	TS	N	S	SS		
X2.1	N	11	11	49	236	59	3.88	0.82
	%	3.0	3.0	13.4	64.5	16.1		
X2.2	N	8	10	28	233	87	4.04	0.79
	%	2.2	2.7	7.7	63.7	23.8		
X2.3	N	2	5	13	229	117	4.24	0.63
	%	0.5	1.4	3.6	62.6	32		
X2.4	N	2	12	51	207	94	4.04	0.76
	%	0.5	3.3	13.9	56.6	25.7		
X2.5	N	0	7	50	219	90	4.07	0.67
	%	0.0	1.9	13.7	59.8	24.6		
X2.6	N	3	18	54	189	102	4.01	0.84
	%	0.8	4.9	14.8	51.6	27.9		
X2.7	N	11	11	49	239	56	3.87	0.81
	%	3	3	13.4	65.3	15.3		
X2.8	N	5	10	31	236	84	4.05	0.74
	%	1.4	2.7	8.5	64.5	23		
X2.9	N	8	11	52	239	56	3.89	0.77
	%	2.2	3	14.2	65.3	15.3		
X2.10	N	5	10	31	237	83	4.05	0.74
	%	1.4	2.7	8.5	64.8	22.7		

Grand Mean	4.01	0.76
------------	------	------

Pada Tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 366 responden yang menjawab item/indikator X2.1 pada variabel Nilai Simbol (X2), terdapat 59 responden atau 16.1% yang menyatakan sangat setuju, yang menyatakan setuju sebanyak 236 responden atau 64.5%, jawaban cukup setuju sebanyak 49 responden atau 13.4%, jawaban tidak setuju sebanyak 11 responden atau 3.0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 11 responden atau 3.0%. Dari hasil rata-rata itemnya di atas yaitu 3.88, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju pada pertanyaan pertama.

Kemudian dari 366 responden yang menjawab item/indikator X2.2, terdapat 87 responden atau 23.8% yang menyatakan sangat setuju, yang menyatakan setuju sebanyak 233 responden atau 63.7%, jawaban cukup setuju sebanyak 28 responden atau 7.7%, jawaban tidak setuju sebanyak 10 responden atau 2.7%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 8 responden atau 2.2%. Dari hasil rata-rata itemnya di atas yaitu 4.04, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju pada pertanyaan kedua. Begitu juga dengan item selanjutnya.

Gaya berpakaian dalam mahasiswa memiliki nilai simbol tanda yang dihasilkan melalui proses perubahan dan interpretasi. Dalam konteks tren, nilai simbol tanda dapat ditemukan dalam bagaimana tren dipersepsikan, ditafsirkan, dan dihubungkan dengan makna sosial. Tren tidak hanya menjadi fenomena permukaan, tetapi juga memainkan peran simbolis dalam mengkomunikasikan identitas, status, dan keinginan. Dalam konteks tren, ini berarti tren tidak lagi sekadar mencerminkan keadaan sosial atau budaya, tetapi lebih merupakan produk dari sistem konsumsi dan pemasaran yang cenderung mempertahankan diri sendiri. Batas antara tren yang "asli" dan tren yang diciptakan oleh industri mode dan media semakin samar.

Dalam konteks pengetahuan trend, Baudrillard dapat memberikan analisis mengenai nilai simbol tanda yang terkait dengan tren dan budaya konsumsi. Berikut adalah beberapa konsep penting dari pemikiran Baudrillard dan analisisnya terhadap pengetahuan tren. Mahasiswa pada kontemporer hidup dalam dunia yang dijejali oleh simulasi. Simulasi mengacu pada representasi yang menggantikan realitas itu sendiri. Dalam konteks tren, ini berarti tren dan mode tidak lagi mencerminkan atau mengungkapkan sesuatu yang asli atau otentik, tetapi menjadi replika dari replika.

Mahasiswa konsumsi yang terlalu terikat pada tren dan mode sebagai bentuk dari kebudayaan kapitalis yang permukaan. Ia menekankan bahwa tren dan konsumsi seringkali

hanya menjalankan peran simbolis. Mahasiswa telah bergerak melewati era nilai pertukaran (nilai barang) dan memasuki era nilai simbolik. Dia berpendapat bahwa dalam masyarakat konsumsi modern, simbol dan tanda memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk makna dan nilai-nilai sosial. Dalam konteks ini, "nilai simbolik" merujuk pada makna yang terkait dengan suatu objek atau produk, bukan nilainya secara fisik atau fungsional.

Mahasiswa konsumsi yang didominasi oleh nilai simbolik, individu sering kali terjebak dalam "permainan simbolis" di mana mereka berpartisipasi dalam konstruksi dan pemeliharaan citra sosial mereka melalui konsumsi. Dalam konteks ini, nilai kuantitatif atau persetujuan terhadap pembelian produk mungkin menjadi sekadar bagian dari permainan simbolis ini, di mana tindakan konsumsi dianggap sebagai bentuk ekspresi diri dan upaya untuk mempertahankan atau meningkatkan status sosial.

Mahasiswa cenderung hidup dalam dunia yang terdiri dari representasi-representasi simbolik atau simulasi daripada realitas yang nyata. Dia menyatakan bahwa tanda-tanda dan simbol-simbol dalam masyarakat modern telah kehilangan referensialitas mereka, sehingga mereka hanya mencerminkan dunia yang dibangun dan bukan lagi mencerminkan realitas itu sendiri. Dalam konteks pembelian produk dengan harga mahal untuk mendapatkan rasa percaya diri, Baudrillard mungkin akan melihatnya sebagai contoh dari apa yang disebutnya sebagai "simulasi konsumen". Ia berpendapat bahwa dalam masyarakat konsumsi modern, nilai-nilai simbolik dan tanda-tanda seperti merek, harga, dan status sosial menjadi lebih penting daripada nilai-nilai fungsional atau utilitarian dari produk itu sendiri.

Dalam hal ini, membeli produk dengan harga mahal dapat menjadi tanda atau simbol dari status sosial atau keberhasilan yang diinginkan. Secara simbolis, produk dengan harga mahal menjadi penanda bahwa seseorang mampu membelinya dan dengan demikian memiliki rasa percaya diri. Dalam lingkungan sosial tertentu, memiliki produk dengan merek terkenal atau harga mahal dapat memberikan perasaan eksklusivitas atau prestise, yang secara tidak langsung dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan diri seseorang. Mahasiswa cenderung hidup dalam dunia simulasi di mana realitas asli telah digantikan oleh representasi dan tanda-tanda yang saling berhubungan. Dalam konteks ini, membeli produk hanya karena harganya mahal dapat dianggap sebagai tanda status sosial atau simbol kekayaan, yang menggantikan fungsi dan manfaat nyata dari produk tersebut. Dengan kata lain, nilai simbolik menjadi lebih penting daripada nilai praktis.

Nilai tukar simbolis di mana barang dan layanan tidak lagi dihargai berdasarkan nilai fungsional atau ekonomi mereka, tetapi lebih pada nilai simbolik yang mereka wakili dalam masyarakat. Dalam konteks ini, membeli produk dengan harga tinggi tanpa

mempertimbangkan fungsinya dapat dipahami sebagai upaya untuk mendapatkan kepuasan sosial melalui simbol kekayaan, status, atau eksklusivitas. Mahasiswa konsumtif modern sering kali terjebak dalam logika konsumsi yang mengaburkan batas antara keinginan dan kebutuhan. Memiliki barang-barang mahal seringkali dianggap sebagai cara untuk memperoleh identitas sosial dan pemenuhan diri. Dalam konteks ini, membeli produk hanya karena mahal tanpa memperhatikan fungsinya dapat memperkuat alienasi individu dari nilai-nilai yang lebih substansial dan menggantinya dengan nilai-nilai materialistik. Dalam kesimpulannya, menurut Jean Baudrillard, fenomena membeli produk hanya karena mahal tanpa memperhatikan fungsi dan manfaatnya dapat dianalisis dalam konteks nilai simbol dan tanda. Baudrillard melihatnya sebagai hasil dari dominasi nilai-nilai simbolik, pergeseran dari nilai fungsional ke nilai simbolik, dan logika konsumsi yang mempengaruhi masyarakat kontemporer.

Dalam hal membeli produk hanya untuk menjaga simbol dan status, Baudrillard akan menganggap ini sebagai fenomena yang muncul dari dominasi nilai-nilai simbolik dalam mahasiswa konsumsi. Dalam pandangannya, mahasiswa konsumsi modern telah berfokus pada produksi dan pertukaran simbol, di mana makna dan nilai sosial yang dihubungkan dengan suatu produk menjadi lebih penting daripada nilai fungsional atau utilitasnya. Dalam konteks ini, pembelian produk untuk menjaga simbol dan status menjadi tindakan yang terikat dengan "simulasi" Baudrillard. Simulasi adalah proses di mana makna dan realitas ditiru atau direproduksi secara buatan tanpa referensi langsung pada dunia nyata. Dalam hal ini, membeli produk untuk menjaga simbol dan status bisa dianggap sebagai tindakan simulasi di mana individu menciptakan atau memperkuat citra diri mereka melalui konsumsi. Analisis nilai simbolik dari Jean Baudrillard menyoroti peran penting simbol dan tanda dalam membentuk makna dan nilai-nilai sosial dalam masyarakat konsumsi modern. Dalam konteks pembelian produk untuk menjaga

C. VARIABEL HEDONISME (Y)

Tabel 1.3 Distribusi Frekuensi Hedonisme (Y)

Item		Jawaban Responden					Mean	Std
		STS	TS	N	S	SS		
Y.1	N	2	3	29	234	98	4.16	0.64
	%	0.5	0.8	7.9	63.9	26.8		
Y.2	N	0	8	61	224	73	3.99	0.67
	%	0.0	2.2	16.7	61.2	19.9		

Y.3	N	0	0	32	237	97	4.18	0.57
	%	0.0	0.0	8.7	64.8	26.5		
Y.4	N	0	3	17	240	106	4.23	0.56
	%	0.0	0.8	4.6	65.6	29		
Y.5	N	2	3	28	235	98	4.16	0.63
	%	0.5	0.8	7.7	64.2	26.8		
Y.6	N	0	8	61	225	72	3.99	0.67
	%	0.0	2.2	16.7	61.5	19.7		
Y.7	N	0	0	31	238	97	4.18	0.56
	%	0.0	0.0	8.5	65	26.5		
Y.8	N	0	3	17	240	106	4.23	0.56
	%	0.0	0.8	4.6	65.6	29		
Y.9	N	0	0	30	240	96	4.18	0.56
	%	0.0	0.0	8.2	65.6	26.2		
Y.10	N	0	3	18	238	107	4.23	0.57
	%	0.0	0.8	4.9	65	29.2		
Grand Mean							4.15	0.60

Pada Tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 377 responden yang menjawab item/indikator Y.1 pada variabel Hedonisme (Y), terdapat 98 responden atau 26.8% yang menyatakan sangat setuju, yang menyatakan setuju sebanyak 234 responden atau 63.9%, jawaban cukup setuju/netral sebanyak 29 responden atau 7.9%, jawaban tidak setuju sebanyak 3 responden atau 0.8%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 0.5%. Dari hasil rata-rata itemnya di atas yaitu 4.16, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju pada pertanyaan pertama.

Kemudian dari 366 responden yang menjawab item/indikator Y.2, terdapat 73 responden atau 19.9% yang menyatakan sangat setuju, yang menyatakan setuju sebanyak 224 responden atau 61.2%, jawaban cukup setuju sebanyak 61 responden atau 16.7%, jawaban tidak setuju sebanyak 8 responden atau 2.2%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0.0%. Dari hasil rata-rata itemnya di atas yaitu 3.99, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju pada pertanyaan kedua. Begitu juga dengan item selanjutnya.

Dalam hal jawaban kuantitatif yang positif atau setuju terhadap aktivitas, pemikiran Baudrillard dapat menunjukkan bahwa respons ini mungkin dipengaruhi oleh citra-citra dan tanda-tanda yang telah ditanamkan dalam masyarakat. mahasiswa cenderung merespons dengan positif atau setuju terhadap aktivitas yang diiklankan sebagai sarana untuk mencapai kepuasan hedonistik atau untuk memenuhi harapan sosial yang diproyeksikan kepada mereka melalui tanda-tanda.

Tanda-tanda hedonisme dalam mahasiswa kontemporer yang tercermin dalam perilaku konsumerisme yang berlebihan. Ia berpendapat bahwa masyarakat modern terlibat dalam produksi, distribusi, dan konsumsi barang-barang yang tidak lagi memenuhi kebutuhan dasar, tetapi justru bertujuan untuk menciptakan sensasi, kepuasan instan, dan kesenangan sementara. Dalam konteks ini, jawaban kuantitatif yang positif atau setuju terhadap minat dalam konsumsi barang yang berlebihan mencerminkan adanya dukungan terhadap budaya hedonistik yang dianut oleh mahasiswa modern. Dalam perspektif Baudrillard, tindakan ini menjadi semacam "tanda" atau simbol dari dominasi konsumerisme dalam kehidupan sehari-hari.

Selain itu, beberapa penelitian menunjukkan bahwa pengalaman berbelanja hedonistik mungkin terkait dengan pembelian impulsif, dan mungkin ada hubungan antara kecenderungan hedonistik dan materialisme. Secara keseluruhan, sementara tidak ada analisis langsung dari perspektif Baudrillard tentang hedonisme dan nilai tanda dan simbol dalam perilaku gaya hidup hedonistik di kalangan siswa, hasil pencarian menunjukkan bahwa konsumsi dan nilai tanda dan simbol mungkin terkait dengan berbagai budaya dan psikologis. faktor. Perilaku gaya hidup hedonisme mahasiswa menunjukkan penekanan yang kuat pada nilai-nilai kuantitatif yang positif atau persetujuan kepentingan. Hedonisme, dalam arti sederhananya, merujuk pada kecenderungan untuk mengejar kenikmatan sensual dan kepuasan pribadi. Melihat perilaku gaya hidup hedonisme mahasiswa sebagai contoh ekstrem dari masyarakat konsumsi yang dijelaskannya. Dalam masyarakat ini, kepuasan pribadi dan pencarian kenikmatan menjadi tujuan utama, diukur melalui nilai-nilai kuantitatif seperti jumlah barang yang dikonsumsi, pengalaman yang dinikmati, atau popularitas di media sosial.

Perilaku hedonisme mahasiswa mungkin dilihat sebagai bagian dari sistem simbolik yang diproduksi oleh masyarakat konsumsi. Mahasiswa yang terlibat dalam perilaku ini mungkin menggunakan barang-barang, gaya hidup, dan simbol-simbol tertentu untuk menciptakan identitas mereka dan memperoleh pengakuan sosial. menekankan bahwa nilai-nilai tanda dan simbol dalam perilaku gaya hidup hedonisme mahasiswa seringkali hanyalah representasi yang kosong dan kabur. Barang-barang konsumsi dan tindakan hedonistik yang diambil mungkin hanya berfungsi sebagai tanda-tanda yang menunjukkan status sosial atau

keberhasilan, tanpa memiliki makna intrinsik yang sebenarnya. Mahasiswakonsumsi cenderung terjebak dalam siklus di mana kepuasan yang diinginkan semakin sulit untuk dicapai. Perilaku hedonisme mahasiswa, dengan penekanan pada nilai-nilai kuantitatif dan persetujuan kepentingan, mungkin mencerminkan upaya untuk mencapai kepuasan yang semakin tidak nyata dan abstrak.

Baudrillard mengkritik budaya konsumtif yang mengarah pada kehidupan hedonistik, di mana kepuasan pribadi menjadi fokus utama. Namun, dalam konteks analisis hedonisme dan tanda-tanda dalam kaitannya dengan jawaban kuantitatif yang positif atau setuju terhadap aktivitas, tidak ada karya khusus Baudrillard yang secara langsung membahas hal ini.

Namun, kita dapat melihat konsep-konsep Baudrillard yang lebih umum dan menerapkannya pada topik ini. Salah satu konsep penting dalam pemikirannya adalah "mahasiswa simulakrum," di mana realitas yang asli dan autentik telah digantikan oleh citra dan tanda-tanda yang diproduksi secara massal. Dalam konteks ini, kita dapat melihat bagaimana konsep tanda-tanda Baudrillard dapat mempengaruhi jawaban kuantitatif yang positif terhadap aktivitas.

Menurut Baudrillard, dalam mahasiswa konsumsi, orang-orang sering kali tergoda untuk mencari kepuasan instan dan gratifikasi segera melalui barang-barang dan pengalaman yang dikonsumsi. Kehidupan hedonistik ini didorong oleh tanda-tanda yang diproduksi oleh media, iklan, dan industri budaya yang menciptakan citra-citra ideal dan menarik yang menjanjikan kepuasan dan kebahagiaan.

Analisis Baudrillard, kecenderungan untuk memberikan jawaban kuantitatif yang positif atau setuju terhadap minat dalam konsumsi barang yang berlebihan mencerminkan adanya dominasi budaya hedonistik dan konsumerisme yang terjadi dalam masyarakat modern. Namun, Baudrillard melihat fenomena ini sebagai gejala yang lebih dalam dan kompleks, yang mencakup aspek-aspek seperti alienasi, hilangnya realitas asli, dan perubahan simbolik dalam masyarakat kontemporer. Namun, beberapa hasil penelusuran menunjukkan bahwa konsumsi telah menjadi cara hidup mahasiswa modern, dan seringkali didorong oleh keinginan untuk mengonsumsi tanda dan simbol daripada objek itu sendiri. Baudrillard berargumen bahwa konsumsi telah menjadi radikal ke dalam konsumsi tanda-tanda, dan bahwa tanda berhenti menunjuk ke suatu objek atau yang ditandakan dan sebaliknya menunjuk ke tanda-tanda lain yang membentuk "kode" yang kacau. Hal ini menunjukkan bahwa nilai tanda dan simbol dalam gaya hidup hedonistik mungkin terkait dengan keinginan untuk mengonsumsi dan mengkomunikasikan tanda tersebut kepada orang lain, bukan objek yang sebenarnya itu sendiri.

UJI INSTRUMEN

Kuisisioner dalam penelitian ini digunakan sebagai alat analisa. Kuisisioner yang akan digunakan sebagai alat pengumpul data terlebih dahulu dilakukan uji coba instrumen penelitian. Pengujian yang dilakukan adalah pengujian validitas dan reliabilitas. Pengujian ini dimaksudkan untuk mengukur tingkat ketepatan dan kehandalan angket sebagai alat pengumpul data.

A. UJI VALIDITAS

Pengujian validitas sangat diperlukan dalam suatu penelitian, khususnya yang menggunakan kuisisioner dalam memperoleh data. Pengujian validitas dimaksudkan untuk mengetahui keabsahan menyakngkut pemahaman mengenai keabsahan antara konsep dan kenyataan empiris. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur atau dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Pengujian validitas instrumen dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap skor item dengan skor total menggunakan teknik Korelasi *Pearson (Product Moment)*. Kriteria pengujian menyatakan apabila koefisien korelasi ($r \geq 0.6$) berarti item angket dinyatakan valid atau mampu mengukur variabel yang diukurnya. Data penelitian akan dikatakan valid jika total dari rHitung lebih besar dari rTabel yakni 0,098. Jika kurang dari 0,098 maka data akan dikatakan tidak valid. Untuk lebih jelasnya disajikan dalam tabel sebagai berikut.

Tabel 0.1 Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item	Koefisien Validitas (r Hitung)	Kriteria	Keterangan
Nilai Tanda (X1)	X1.1	0.603	0.60	Valid
	X1.5	0.711	0.60	Valid
	X1.6	0.747	0.60	Valid
	X1.7	0.788	0.60	Valid
	X1.8	0.808	0.60	Valid
	X1.9	0.618	0.60	Valid
Nilai Simbol (X2)	X2.1	0.928	0.60	Valid
	X2.2	0.907	0.60	Valid

	X2.3	0.602	0.60	Valid
	X2.5	0.655	0.60	Valid
	X2.7	0.924	0.60	Valid
	X2.8	0.897	0.60	Valid
	X2.9	0.916	0.60	Valid
	X2.10	0.898	0.60	Valid
Hedonisme (Y)	Y.1	0.716	0.60	Valid
	Y.2	0.714	0.60	Valid
	Y.3	0.791	0.60	Valid
	Y.4	0.785	0.60	Valid
	Y.5	0.717	0.60	Valid
	Y.6	0.709	0.60	Valid
	Y.7	0.792	0.60	Valid
	Y.8	0.785	0.60	Valid
	Y.9	0.787	0.60	Valid
	Y.10	0.784	0.60	Valid

Dari Tabel 4.5 setelah mengeluarkan item yang tidak valid pada table di atas dapat dilihat bahwa semua nilai koefisien korelasi item (r) > 0.6 , Dengan demikian item-item itu dinyatakan valid atau mampu mengukur variabel tersebut, sehingga dapat dipergunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini.

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan melalui aplikasi SPSS dan dilampirkan diatas, diketahui jika indikator-indikator pada variabel X1 atau variabel nilai tanda merupakan valid dikarenakan hasil dari rHitung lebih dari rTabel yang sebesar 0.098.

Nilai validitas turut dilihat untuk menilai tinggi rendahnya alat ukur yang digunakan. Meski berdasarjab hasil perhitungan bahwa seluruh indikator memiliki nilai yang valid, namun bila melihat dari hasil rHitungnya masing-masing indikator memiliki nilai rHitung yang berbeda. Jika hasil dari rHitung memiliki nilai dari 0.6- 0.8 maka pernyataan tersebut memiliki validitas yang tinggi. Semakin tinggi nilai dari rHitungnya maka semakin tinggi validitas yang dimiliki.

Berdasarkan nilai rHitung yang dilakukan ditemukan indikator pada variabel X1 berupa 0.808 pada indikator X1.8 dengan pernyataan “Nilai yang terdapat dari sebuah objek dimana nilai ini hadir tanpa mementingkan nilai lainnya.”

Indikator berikutnya dengan nilai rHitung yang tinggi adalah 0.788 pada indikator X1.7 dengan pernyataan “ Nilai Tanda, pemahaman tentang produk dan konsumsi tidak hanya terbatas pada nilai fungsional atau kegunaan langsung, tetapi juga mencakup nilai simbolis yang dihasilkan oleh produk itu sendiri.

Pernyataan ini merujuk dalam kasus "membeli produk karena kemasan menarik, Menariknya kemasan dapat menciptakan tanda-tanda yang melampaui nilai produk yang sebenarnya. Kemasan yang menarik mungkin memberikan kesan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang tinggi, bergengsi, atau mewah. Dalam hal ini, nilai tanda menjadi lebih penting daripada nilai intrinsik produk itu sendiri.

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan melalui aplikasi SPSS ditemukan hasil sebagaimana yang telah dilampirkan diatas, ditemukan jika indikator-indikator pada variabel X2 atau variabel Nilai Simbol diketahui valid karena rHitung melebihi rTabel berupa 0.098. Hasil perhitungan dari rHitung sebagaimana yang telah dilampirkan di atas menunjukkan jika keseluruhan data adalah valid. Namun bvaliditas data juga dilihat dari tinggi rendahnya nilai yang dimiliki. Semakin tinggi nilainya maka semakin tinggi pula validitas yang dimiliki. Nilai alat ukur dianggap sudah cukup tinggi jika berada pada kisaran 0.6-0.8. Berdasarkan nilai rHitung yang didapatkan, terdapat tiga indikator yang memiliki hasil rHitung tertinggi dan terendah.

Indikator pertama dengan nilai rHitung tertinggi berupa 0.928 dari indikator X2.1 dengan pernyataan “Orang yang tidak lagi mengkonsumsi objek berdasarkan nilai tukar atau nilai guna melainkan karena nilai tanda yang sifatnya abstrak dan terkontruksi.

Indikator tertinggi berikutnya memiliki nilai rHitung 0.924 dari indikator X2.7 dengan pernyataan “nilai simbol tanda yang dihasilkan melalui proses perubahan dan interpretasi. Dalam konteks tren, nilai simbol dapat ditemukan dalam bagaimana tren dipersepsikan, ditafsirkan, dan dihubungkan dengan makna sosial. Tren tidak hanya menjadi fenomena permukaan, tetapi juga memainkan peran simbolis dalam mengkomunikasikan identitas, status, dan keinginan. Dalam konteks tren, ini berarti tren tidak lagi sekadar mencerminkan keadaan sosial atau budaya, tetapi lebih merupakan produk dari sistem konsumsi dan pemasaran yang cenderung mempertahankan diri sendiri.

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan melalui aplikasi SPSS ditemukan hasil sebagaimana yang telah dilampirkan diatas, ditemukan jika indikator-indikator pada variabel

Y atau variabel Hedonisme diketahui valid karena r_{Hitung} melebihi r_{Tabel} berupa 0.098. Hasil perhitungan dari r_{Hitung} sebagaimana yang telah dilampirkan di atas menunjukkan jika keseluruhan data adalah valid. Namun bvaliditas data juga dilihat dari tinggi rendahnya nilai yang dimiliki. Semakin tinggi nilainya maka semakin tinggi pula validitas yang dimiliki. Nilai alat ukur dianggap sudah cukup tinggi jika berada pada kisaran 0.6-0.8. Berdasarkan nilai r_{Hitung} yang didapatkan, terdapat tiga indikator yang memiliki hasil r_{Hitung} tertinggi dan terendah.

Indikator pertama dengan nilai r_{Hitung} tertinggi berupa 0.792 dari indikator Y.7 dengan pernyataan “Suatu anggapan bahwa kesenangan dan kenikmatan tjuan hidup atau lebih mementingkan kesenangan ketimbang kebutuhan.”

Indikator tertinggi berikutnya memiliki nilai r_{Hitung} 0.791 dari indikator Y.3 dengan pernyataan “Perilaku hedonisme mahasiswa mungkin dilihat sebagai bagian dari sistem simbolik yang diproduksi oleh masyarakat konsumsi. Mahasiswa yang terlibat dalam perilaku ini mungkin menggunakan barang-barang, gaya hidup, dan simbol-simbol tertentu untuk menciptakan identitas mereka dan memperoleh pengakuan sosial.”

B. UJI RELIABILITAS

Uji reliabilitas menunjukkan tingkat kemantapan, keajegan atau ketepatan suatu alat ukur yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengukuran relatif konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang. Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai koefisien *Cronbach's Alpha* \geq 0.6 berarti item angket dinyatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur variabel yang diukurnya.

Adapun kaidah untuk menentukan apakah instrument reliabel atau tidak, adalah sebagai berikut:

- Jika angka reliabilitas Cronbach Alpha melebihi angka 0.6 maka instrument tersebut reliabel, kuesioner dapat dipercayay dan dapat digunakan.
- Jika angka realibilitas Cronbach Alpha kurang dari angka 0.6 maka intrumen tersebut tidak reliabel, kuesioner tidak dapat dipercaya dan tidak dapat digunakan.

Tabel 0.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Item	Cronbach's Alpha	Alpha If Item Deleted	Keterangan
Nilai Tanda (X1)	X1.1	0.808	0.804	Reliabel
	X1.5		0.787	

	X1.6		0.767	
	X1.7		0.754	
	X1.8		0.747	
	X1.9		0.800	
Nilai Simbol (X2)	X2.1	0.944	0.929	Reliabel
	X2.2		0.931	
	X2.3		0.953	
	X2.5		0.950	
	X2.7		0.929	
	X2.8		0.932	
	X2.9		0.930	
	X2.10		0.932	
Hedonisme (Y)	Y.1	0.915	0.910	Reliabel
	Y.2		0.911	
	Y.3		0.904	
	Y.4		0.904	
	Y.5		0.910	
	Y.6		0.911	
	Y.7		0.904	
	Y.8		0.904	
	Y.9		0.904	
	Y.10		0.904	

Dari Tabel 4.5 diketahui bahwa nilai dari *Cronbach's Alpha* untuk semua variabel lebih besar dari 0.6. Dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka dengan demikian item yang mengukur variabel tersebut dinyatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur variabel tersebut.

Dengan melakukan perhitungan uji variabel yang dilakukan maka diketahui jika seluruh uji variabel terhadap seluruh bulir pertanyaan bersifat reliabel. Hal ini ditunjukkan seperti pada hasil nilai Cronbach alpha dari variabel Nilai Tanda sebesar 0.808 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.6 yang bermakna jika variabel Nilai Tanda dinyatakan reliabel.

Berikutnya adalah pada Nilai Simbol dengan nilai Cronbach alpha sebesar 0.944. Nilai yang didapatkan tersebut diketahui lebih besar dari 0.6 yang menunjukkan jika variabel nilai Simbol merupakan variabel yang reliabel. Pada variabel Hedonisme didapatkan nilai cronbarch alpha sebesar 0.915 dimana nilai tersebut diketahui lebih dari 0.6. dikarenakan nilainya yang lebih besar, ini menunjukkan jika variabel Hedonisme dinyatakan reliabel.

PENGUJIAN HIPOTESIS

A. UJI SIMULTAN (Uji F)

Tabel 0.1 Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1877.130	2	938.565	60.490	0.000 ^b
	Residual	5632.345	363	15.516		
	Total	7509.475	365			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X1, X2						

H₀ : Tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) Nilai Tanda (X1), Nilai Simbol (X2) terhadap Hedonisme (Y),

H₁ : Terdapat pengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) Nilai Tanda (X1), Nilai Simbol (X2) terhadap Hedonisme (Y),

Kriteria pengujian menyatakan jika $p \text{ value} \leq \text{level of significance} (\alpha=5\%)$ maka tolak H₀, artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama). **Sebaliknya** jika $p \text{ value} > \text{level of significance} ((\alpha=0.05))$ maka terima H₀, artinya tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) Nilai Tanda (X1), Nilai Simbol (X2) terhadap Hedonisme (Y).

Berdasarkan tabel 4.11 di atas, pengujian hipotesis secara simultan menghasilkan nilai F hitung sebesar 60.490 dengan $p \text{ value}$ sebesar 0.000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan $p \text{ value} (0.000) < \text{level of significance} (\alpha=0.05)$ maka tolak H₀, hal ini berarti terdapat pengaruh signifikan secara simultan (bersama-sama) Nilai Tanda (X1), Nilai Simbol (X2) terhadap Hedonisme (Y). Karena terbukti terdapat pengaruh secara simultan, maka dilanjutkan dengan uji signifikansi secara parsial (uji t).

B. UJI PARSIAL (Uji t)

Pengujian hipotesis parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara partial (individu) variabel Nilai Tanda (X1), Nilai Simbol (X2) terhadap Hedonisme (Y). Kriteria pengujian menyatakan jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $p\ value < level\ of\ significance$ ($\alpha=0.05$) maka terdapat pengaruh signifikan secara partial (individu). **Sebaliknya** jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $p\ value > level\ of\ significance$ ($\alpha=0.05$) maka tidak terdapat pengaruh signifikan secara partial (individu) Nilai Tanda (X1), Nilai Simbol (X2) terhadap Hedonisme (Y).. Hasil pengujian secara parsial dijelaskan dibawah ini berdasarkan hasil pada tabel 4.9 di atas sebelumnya:

1. Uji Pengaruh Nilai Tanda Terhadap Hedonisme

Pengujian hipotesis pengaruh Nilai Tanda (X1) terhadap Hedonisme menghasilkan nilai t hitung sebesar 8.590 dengan $p\ value$ sebesar 0.000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan $p\ value$ (0.000) $< level\ of\ significance$ ($\alpha=0.05$) sehingga pada taraf nyata 5% maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Nilai Tanda (X1) terhadap Hedonisme (Y). Apabila dilihat dari **koefisien** regresi β_1 pada variable Nilai Tanda bernilai positif sebesar 0.455 mengindikasikan bahwa Nilai Tanda berpengaruh **positif** terhadap Hedonisme. Hal ini berarti semakin tinggi Nilai Tanda maka dapat meningkatkan Hedonisme tersebut secara signifikan.

2. Uji Pngaruh Nilai Simbol Terhadap Hedonisme

Pengujian hipotesis pengaruh Nilai Simbol (X1) terhadap Hedonisme menghasilkan nilai t hitung sebesar 3.667 dengan $p\ value$ sebesar 0.000. Hasil pengujian tersebut menunjukkan $p\ value$ (0.000) $< level\ of\ significance$ ($\alpha=0.05$) sehingga pada taraf nyata 5% maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan Nilai Simbol (X2) terhadap Hedonisme (Y). Apabila dilihat dari **koefisien** regresi β_2 pada variable Nilai Simbol bernilai positif sebesar 0.140 mengindikasikan bahwa Nilai Simbol berpengaruh **positif** terhadap Hedonisme. Hal ini berarti semakin tinggi Nilai Simbol maka dapat meningkatkan Hedonisme tersebut secara signifikan.

C. UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Pengujian koefisien determinasi ini dilakukan dengan maksud mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independen secara bersama-sama (stimultan mempengaruhi variabel dependen yang dapat dindikasikan oleh nilai adjusted R-Squared.

Menurut Chin (1998) nilai R-Square dikategorikan nilai R-Square dikategorikan kuat jika lebih dari 0.67, moderat jika lebih dari 0.33 tetapi lebih rendah dari 0.67, dan lemah jika lebih dari 0.19 tetapi lebih rendah dari 0.33.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.500 ^a	.250	.246	3.939
a. Predictors: (Constant), X2, X1				

Besarnya kontribusi pengaruh Nilai Tanda (X1) dan Nilai Simbol (X2) terhadap Hedonisme (Y) dapat diketahui melalui koefisien determinasinya (R²) pada tabel 4.10 yaitu sebesar 0.250. Hal ini berarti variable Hedonisme (Y) dapat dijelaskan oleh Nilai Tanda (X1) dan Nilai Simbol (X2) sebesar 25.0%, sedangkan sisanya merupakan kontribusi dari faktor/variabel lain yang tidak dilibatkan dalam penelitian ini.

D. UJI PATH COEFFICIENTS

Analisis jalur merupakan suatu analisis yang dikembangkan Sewal Wright, seorang ahli genetika tahun 1921, setelah diperkenalkan oleh Otis Dudley Duncan (1966) dalam literature sosiologi. Analisis jalur dikembangkan sebagai metode untuk mempelajari pengaruh (efek) secara langsung dan secara tidak langsung dari variable bebas terhadap variable tergantung (Yovirizka & Wahjoedi, 2018)

Peneliti menggunakan teknik analisis jalur, karena analisis jalur digunakan untuk melukiskan dan menguji model hubungan antar variabel yang berbentuk sebab akibat (bukan bentuk hubungan interaktif/ reciprocal). Dengan demikian dalam model hubungan antar variabel tersebut, terdapat variabel independen.

Dalam hal ini disebut variabel Eksogen (Exogenous), dan variabel dependen yang disebut varibale Endogen (Endogenous). Ketika menyusun model, perlu diperhatikan variable mana yang merupakan variable bebas (sebab), dan mana yang merupakan variable terikat (akibat). Urutan dalam menyusun model harus berdasarkan teori atau hipotesis yang benar. Terkait dengan hal ini, dalam menganalisis jalur, peneliti sudah mempunyai hipotesis terlebih dahulu terhadap model atau diagram jalurnya. Berdasarkan pengolah yang dilakukan melalui aplikasi SPSS, didapatkan hasil berikut.

Tabel 0.2 Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.689	1.498		3.798	.000
Nilai_Tanda	.637	.045	.603	14.244	.000
Nilai_Symbol	.229	.040	.243	5.737	.000

Berdasarkan Uji Path Coefficients dapat di simpulkan bahwa korelasi antara Nilai Tanda terhadap Nilai Simbol memiliki hubungan yang negatif. Dapat di angkat keterikatan antara variabel memiliki persamaan bagaimana mahasiswa Universitas Maritim Raja Ali Haji mengikuti trend modernisasi yang melahirkan Nilai Tanda dan Nilai Simbol sama-sama efisien. Yang digunakan untuk dianalisis secara SPSS berkaitan dengan hedonisme di tengah mahasiswa. Nilai Tanda terdapat pada angka 5.689 dengan Standardized Coefficients Beta terdapat pada angka 603. Setelah di uji menghasilkan nilai 14.244 dinyatakan Negatif dengan hasil akhir 0.00 dimana pada syarat uji jika variabel hasil adalah 0.00 maka nilai variabel Negatif.

Nilai Simbol berdasarkan uji Unstandardized Coefficients terdapat pada Nilai Simbol dengan hasil akhir di 229 standar Error 0.40 maka Nilai Standardized Coefficients Beta pada angka 243 syaratnya adalah jika melebihi 0.00 maka dinyatakan Negatif dapat dilihat pada tabel hasil Uji Path Coefficients.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang di lakukan pada kalangan mahasiswa umrah, dapat di simpulkan X1 Nilai tanda yang di dapat dalam sebuah objek di mana nilai ini merupakan bagaimana mahasiswa umrah dalam bergaya hidup hedonisemn yang di ukur bedasarkan indikator membeli produk online, memakai produk karena unsur konformitas atau model iklan, dan membeli produk karena kemasan menarik di mana nilai T hitung tertinggi di variabel X1 pada angka 60,7% bahwa adanya keterikatan indikator dengan variabel yang membentuk pola hedonisme pada kalangan mahasiswa dengan tabel distribusi frekuensi dan sebanyak 8,2% tidak setuju maka dapat dikatakan bahwa mahasiswa umrah memiliki tingkat hedonitas berdasarkan indikator turunan dari X1.

X2 Nilai simbol yang ada pada kalangan mahasiswa yang memiliki sifat terkontruksi dan abstrak dengan indikator motivasi mahasiswa mengikuti fashion, produk di gunakan untuk menjaga simbol, percaya diri terhadap konsumsi harga produk, dan membeli produk tanpa manfaat dan kegunaan, variabel X2 Semua keinginan dan kemauan yang selalu terpenuhi

membuat subjek dengan hasil pada 64,5% yang setuju pada indikator turunan dari variabel dan sebanyak 3.0% menyatakan tidak setuju.

Y adalah gabungan kedua variabel X1 dan X2 bahwa gaya hidup hedonisme mahasiswa memiliki pengaruh signifikan di mana pada hasil uji tertinggi 63.9% menyatakan setuju dan 7,9% menyatakan tidak setuju.

SARAN

Sebagai mahasiswa yang akan melanjutkan cita-cita membangun bangsa hendaklah lebih peka terhadap gaya modernisasi dengan kebutuhan yang seperlunya dan yang membangun ilmu pekerti dengan meningkatkan kesadaran yang tinggi, perlunya kontrol dari pihak internal seperti orang tua dalam gaya hidup anaknya ketika masuk dunia perkuliahan. Dan ketika kita ingin melakukan suatu kegiatan berbelanja terutama di dalam menggunakan media online shop, ada baiknya kita tidak melakukan hal itu secara berlebihan. Kita juga harus memikirkan kebutuhan-kebutuhan lainnya yang lebih pokok dan lebih penting. Sehingga kegiatan berbelanja yang kita lakukan sejatinya untuk memenuhi kebutuhan kita sehari-hari tidak berlebihan yang berujung pada perilaku konsumtif.

REFERENSI

- Baudrillard, J. (1995). *Simulacra and simulation*. Ann Arbor, Michigan: University of Michigan Press.
- Baudrillard, J. (2001). *Selected Writings*. Redwood City, California: Stanford University Press.
- Lukitasari, V. (2016). *Studi Tentang Gaya Hidup Hedonisme Pada Mahasiswa Fakultas Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Surabaya Angkatan Tahun 2012-2013* (Doctoral dissertation, State University of Surabaya).
- Septiansari, D., & Handayani, T. (2021). *Pengaruh belanja online terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di masa pandemi covid-19*. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi*, Wonosobo: UNMUH Prof. Dr. Hamka (UHAMKA), 5.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (23 ed.). Alfabeta.
- Thamrin, H. T., & Saleh, A. A. (2021). *Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa*. *Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 11(01), 1-12.
- Wibowo, B. S. (2018). *Pengaruh instagram online store, konformitas dan iklan televisi terhadap perilaku konsumtif serta dampaknya terhadap gaya hidup hedonis mahasiswa*. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*, 9(1), 1- 12.
- Yovirizka, I. U., & Wahjoedi, W. (2018). *Trend Keputusan Belanja Online Mahasiswa Fakultas Ekonomi Fe Um Angkatan 2014*. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(1), 41-47.

