BAB II
GAYA HIDUP HEDON

II.1 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan gambaran bagi setiap orang yang mengenakannya dan menggambarkan seberapa besar nilai moral orang tersebut dalam masyarakat di sekitarnya. Definisi gaya hidup itu sendiri dikemukakan oleh Plummer sebagai berikut:

> "Gaya hidup adalah cara hidup individu yang di identifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya" (Plummer, 1983).

Jadi, gaya hidup dapat dikatakan sebagai suatu pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktifitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan "keseluruhan diri seseorang" yang berinteraksi dengan lingkungannya. Menurut Chaney (seperti dikutip Subandy, 1997), ada beberapa bentuk gaya hidup, antara lain :

- Industri Gaya Hidup

Dalam abad gaya hidup, penampilan-diri itu justru mengalami perubahan, "perubahan kehidupan sehari-hari" dan bahkan tubuh/diri pun justru mengalami perubahan tubuh. Tubuh dan kehidupan sehari-hari pun menjadi sebuah proyek, benih penyemaian gaya hidup. "Kamu bergaya maka kamu ada!" adalah ungkapan yang mungkin cocok untuk melukiskan kegandrungan manusia modern akan gaya. Itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebagian besar adalah industri penampilan.

- Iklan Gaya Hidup

Dalam masyarakat mutakhir, berbagai perusahaan, para politisi, individu-individu semuanya terobsesi dengan citra. Di dalam era globalisasi informasi

seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra (image culture) dan budaya cita rasa (taste culture) adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya visual yang kadang-kadang mempesona dan memabukkan. Iklan merepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus (subtle) arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik. Iklan juga perlahan tapi pasti mempengaruhi pilihan cita rasa yang kita buat.

- Public Relations dan Journalisme Gaya Hidup

Pemikiran mutakhir dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis-selebriti (celebrity based-culture), para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran "aksesori fashion". Wajah generasi baru yang dikenal sebagai anak-anak E-Generation, menjadi seperti sekarang ini dianggap terbentuk melalui identitas yang diilhami selebriti (celebrity-inspired identity), cara mereka menjelajahi di dunia maya (Internet), cara mereka ganta-ganti busana untuk jalan-jalan. Ini berarti bahwa selebriti dan citra mereka digunakan momen demi momen untuk membantu konsumen dalam parade identitas.

- Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat untuk menyusun strategi. Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami betuk setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

- Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

II.2 Pengertian Motivasi

Banyak ahli yang mendefinisikan motifasi. Berikut ini dijabarkan beberapa defenisi motivasi menurut beberapa ahli :

Definisi motivasi menurut Schiffman dan Kanuk (20008:72) adalah sebagai berikut : motivasi merupakan kekuatan penggerak dalan diri seseorang yang memaksanya untuk bertindak.

Definisi motivasi menurut Robbins (2001:55) adalah sebagai berikut: Motivasi adalah keinginan untuk melakukan sesuatu dan menentukan kemampuan bertindak untuk memuaskan kebutuhan individu.

Berdasarkan beberapa definisi motivasi di atas dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan suatu keadaan yang mendorong seorang individu untuk melakukan suatu tindakan demi pemenuhan suatu kebutuhan. Setiap orang tentunya memiliki keinginan yang kuat untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Oleh sebab itu, orang termotivasi untuk melakukan suatu kegiatan atau aktivitas yang bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Hal ini menunjukan bahwa orang akan bertindak atau melakukan tindakan suatu karena adanya suatu motivasi.

II.3 Pengertian Hedon

Dalam buku nisme, Hedon memiliki faculty atau kemampuan “Manusia diperlengkapi dengan berbagai daya kemampuan (*faculty*). Ada daya kemampuan

indrawi, intelektual, dan spiritual. Perwujudan dan pemenuhan daya-daya kemampuan itu membawa rasa nikmat tersendiri". (h.90)

Kenikmatan indrawi merupakan kenikmatan karena dorongan pancaindra, satu, beberapa,, atau semua terpenuhi. Kenikmatan intelektual merupakan buah pemenuhan kemampuan budi entah entah karena keinginan tahu kesampaian atau pemahaman baru, lebih mendalam, lebih berarti, diperoleh. Kenikmatan estetis terjadi manakala hasrat akan keindahan manusia mendapatkan saluran lewat imajinasi atau karya seni. Kenikmatan etis-moral dialami manakala manusia berhasil memahami, mempraktekkan, dan menghayati nilai-nilai etis-moral. Kenikmatan religious mendatangi manusia jika berhasil memahami dan menghayati nilai-nilai religious, apalagi bertemu dengan "Realitas Tinggi", Tuhan yang dipuja.

Dalam bahasa Yunani kata untuk kenikmatan adalah *hedone*. Dari kata itu terbentuklah istilah "hedonisme". sebagai ajaan etis, hedonisme berpendirian bahwa kenikmatan, khususnya kenikmatan pribadi, merupakan nilai hidup tertinggi dan tujuan utama serta terakhir hidup manusia. Secara psikologi kesenangan memiliki kriteria, yaitu kenikmatan yang berbatas, tak berkelanjutan, tak bisa disimpan, tak diwariskan pada orang lain. Oleh karena itu, saat manusia menemui titik jenuh atau bosan, ia akan mencari kesenangan yang lain lagi, dan hal tersebut tak ada ujung kepuasan nya. Martin Seligman (seperti dikutip Messa, 2013) hidup yg penuh kesenangan, ialah kondisi kehidupan dimana pencarian kesenangan hidup, kepuasan nafsu, keinginan dan berbagai bentuk kesenangan lain nya, menjadi tujuan hidup manusia. Hidup yg menyenangkan, ialah ketika sebanyak mungkin kesenangan hidup telah dimiliki.

Di dalam lingkungan penganut paham ini, hidup dijalanani dengan sebebas-bebasnya demi memenuhi hawa nafsu yang tanpa batas. Dalam kamus Collins Gem (1993) dinyatakan bahwa "hedonisme adalah doktrin yang menyatakan bahwa kesenangan adalah hal yang paling penting dalam hidup, atau hedonisme adalah paham yang dianut oleh orang-orang yang mencari kesenangan hidup semata-mata" (h. 97).

Hedonisme dikembangkan oleh dua orang filosof Yunani, Epicurus (341-270 SM) dan Aristippus of Cyrine (435-366 SM). Mereka berdualah yang dikenal sebagai perintis paham Hedonisme. Sebenarnya, dua filosofi ini menganut aliran yang berbeda. Bila Aristippus lebih menekankan kepada kesenangan badani atau jasad seperti makan, minum, seksualitas, maka Epicurus lebih menekankan kepada kesenangan rohani seperti bebas dari rasa takut, bahagia, tenang batin, dan lain sebagainya. Namun, kedua-duanya berpendapat sama yaitu kesenangan yang diraih adalah kesenangan yang bersifat privat atau pribadi (Muslimabipraya,2008). Aristippus menyetujui pendapat Sokrates bahwa keutamaan adalah mencari "yang baik". Akan tetapi, ia menyamakan "yang baik" ini dengan kesenangan "hedone". Menurutnya, akal (rasio) menusia harus memaksimalkan kesenangan dan meminimalkan kesusahan. Hidup yang baik berkaitan dengan kerangka rasional tentang kenikmatan. Biarpun pada dasarnya setiap kesenangan bisa dinilai baik, namun itu tidak berarti bahwa setiap kesenangan harus dimamfaatkan juga. Dalam hal ini pentinglah perbedaan yang diajukan Epicurus antara tiga macam keinginan yaitu: keinginan alamiah yang perlu (seperti makanan), keinginan alamiah yang tidak perlu (seperti makanan yang enak), dan keinginan yang sia-sia (seperti kekayaan). Hanya keinginan macam pertama yang harus dipuaskan dan pemuasannya secara terbatas menghasilkan kesenangan paling besar.

Aristippus melihat kesenangan sebagai hal aktual, artinya kesenangan terjadi kini dan di sini. Kesenangan bukan sebuah masa lalu atau masa depan. Menurutnya, masa lalu hanya ingatan akan kesenangan (hal yang sudah pergi) dan masa depan adalah hal yang belum jelas (Bengkel pemikiran, 2012). Kesenangan menurut Aristippus bersifat badani (gerak dalam badan). Ia membagi gerakan itu menjadi tiga kemungkinan:

1. Gerak kasar, yang menyebabkan ketidak senangan seperti rasa sakit
2. Gerak halus, yang membuat kesenangan
3. Tiada gerak, yaitu sebuah keadaan netral seperti kondisi saat tidur

II.4 Karakteristik Hedonisme

Karakteristik menurut Pospoprodijo (1999), “Kesenangan yang dimaksud adalah kesenangan untuk hidup saja, yakni kesenangan yang kita dapat dengan perantara kemampuan-kemampuan kita dari subyek-subyek yang mengelilingi kita didunia ini” (h. 71). Hedonisme dalam pelaksanaannya mempunyai karakteristik:

1. Hedonisme Egoistis: Hedonisme yang bertujuan untuk mendapatkan kesenangan semaksimal mungkin. Kesenangan yang dimaksud ialah dapat dinikmati dengan waktu yang lama dan mendalam.
2. Hedonisme Universal: Suatu aliran hedonisme yang mirip dengan ulitarisanisme yang artinya kesenangan maksimal bagi semua, bagi banyak orang.

II.5 Jenis-jenis Hedon

Sebenarnya tidak bisa disangkal lagi bahwa hedon banyak jenisnya, secara garis besarnya kesenangan dapat dibagi atas dua golongan:

1. Kesenangan Fisik

   Yang berarti kesenangan yang dapat dirasakan dinikmati oleh batang tubuh/raga. Sumber dan jenisnya dari makan minum, yang menerima kesenangan itu dari tenggorokkan sampai keperut. Hasil kesenangan itu biasa dinilai dengan sebutan nikmat, enak, sedap, nyaman, delicious, dan sebagainya. Bila sumbernya hubungan badani, maka yang menerima kesenangan itu adalah alat kelamin, seluruh badan jasmani, dimana hasil kesenangan itu dinilai dengan sebutan: nikmat, enak, sedap dan sebagainya.

2. Kesenangan Psychis/Rohani

   Bila sumbernya itu sebagai hasil seni, maka bentuknya itu berupa puisi, lukisan atau patung, atau serangkaian lagu-lagu merdu/musik, maka hasil kesenangan itu dinilai dengan sebutan: menarik, hebat, indah, memuaskan mengasikkan, dan sebagainya. Penilaian ini diberikan oleh rasa, emosi, dan getaran jiwa.

II.5.1 Ciri – Ciri Orang Bergaya Hidup Hedon

Ketidakstabilan emosi dan cara berpikir membuat remaja menjadi generasi yang rentan terjerat gaya hidup hedon. Paham ini mulai merasuki kehidupan remaja. Remaja sangat antusias terhadap adanya hal yang baru.

Ciri-ciri gaya hidup hedon menurut Cicerno dalam Russell (2004:335) :

1. Memiliki pandangan gaya instan, melihat sesuatu perolehan harta dari hasil akhir bukan proses untuk membuat hasil akhir. Hal ini membawa ke arah sikap selanjutnya yaitu, melakukan rasionalisasi atau pembenaran dalam memenuhi kesenangan tersebut.
2. Menjadi pengejar modernitas fisik. Orang tersebut berpandangan bahwa memiliki barang- barang berteknologi tinggi adalah kebanggaan.
3. Memiliki relativitas kenikmatan di atas rata-rata yang tinggi. Relativitas ini berarti sesuatu yang bagi masyarakat umum sudah masuk ke tataran kenikmatan atau dapat disebut enak, namun baginya itu tidak enak.
4. Memenuhi banyak keinginan- keinginan spontan yang muncul. Dalam penjabaran benteng penahan kesenangan yang sangat sedikit sehingga ketika orang menginginkan sesuatu harus segera dipenuhi.
5. Ketika mendapat masalah yang dia anggap berat muncul anggapan bahwa dunia begitu membencinya.
6. Berapa uang yang dimiliki akan habis dan atau tersisa sedikit dengan skala uang yang dimiliki berada di hidup orang menengah dan tidak ada musibah selama memegang uang tersebut. Untuk masalah makanan saja begitu kompleks dan jenisnya banyak belum termasuk pakaian, rumah, barang-barang mewah, dsb.

II.5.2 Faktor-faktor Penyebab Hedonisme

Secara umum ada dua faktor yang menyebabkan remaja atau masyarakat menjadi hedon. Yaitu faktor ekstern yang meliputi media dan lingkungan sosial serta faktor intern yang meliputi keyakinan dalam beragama dan keluarga. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

a. Faktor ekstern

Derasnya arus industrialisasi dan globalisasi yang menyerang masyarakat merupakan faktor yang tak dapat dielakkan. Nilai-nilai yang dulu dianggap tabu kini dianggap biasa. Media komunikasi, khususnya media internet dan iklan memang sangat bersinggungan dengan masalah etika dan moral. Melalui simbol-simbol imajinatif media komunikasi massa jelas sangat memperhitungkan dan memanfaatkan nafsu, perasaan, dan keinginan.

- Sikap terhadap gaya hidup hedonis

Menggambarkan pengalaman kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan-perasaan emosional dan kecenderungan berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa objek atau gagasan sikap menempatkan individu pada satu kerangka berpikir menyukai atau tidak menyukai suatu objek, menghampiri atau menjauhi. Sikap hedonis artinya sejauhmana individu memilki respon aktif, kognitif, konatif terhadap serangkaian pola tingkah laku.

- Pengalaman dan pengamatan

Hasil pengamatan seseorang akan membentuk suatu pandangan tertentu terhadap suatu objek, apabila pengamatan ditunjukan dengan pengalaman yang menghasilkan afek positif seperti rasa senang, bahagia dan nyaman maka akan muncul penguatan dalam diri seseorang untuk melakukan kembali perilaku atau aktivitas tersebut

- Kepribadian

Kolter mengartikan bahwa kepribadian sebagai karakter psikologis yang memiliki perbedaan antara individu satu dengan individu lain, cara individu

memandang dirinya akan mempengaruhi minat dan perilakunya, begitu juga dengan kepribadiannya, dan cara individu memandang dirinya mencakup penerimaan diri. Seseorang yang memandang dirinya negative, dimana individu memandang bahwa dirinya serba kekurangan, akan mencoba mengisi kekurangan dalam dirinya dengan mengikuti gaya hidup hedonis.

- Motif

Walgito 2001, motif dirartikan sebagai kekuatan yang terdapat dalam diri individu yang menyebabkan individu itu bertindak atau berbuat. Perilaku individu yang menyebabkan individu ini bertindak atau berbuat

b. Faktor intern

Sementara itu dilihat dari sisi intern, lemahnya keyakinan agama seseorang juga berpengaruh terhadap perilaku sebagian masyarakat yang mengagungkan kesenangan dan hura-hura semata. Binzar Situmorang menyatakan bahwa, "Kerohanian seseorang menjadi tolak ukur dalam kehidupan sehari-hari, khususnya bagi mereka yang suka mengejar kesenangan". Disamping itu keluarga juga memegang peranan terbesar dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

- Kelompok referensi

Ialah sarana indentifikasi seseorang, dengan atau tanpa perlu menjadi anggota dari kelompok tersebut, dan oleh orang-orang yang bersangkutan digunakan sebagai pembimbing bagi perilakunya yang patut dan tepat, atau dipakai untuk mengembangkan cita-cita tertentu. Kelompok referensi memberikan pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung dan dijadikan acuan individu

- Keluarga

Keluarga memiki peranan terbesar dalam pembentukan sikap dan perilaku, hal ini disebabkan karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang

secara logika merupakan pola hidup. Individu yang tinggal dilingkungan keluarga yang terbiasa dengan gaya hedonis secara tidak sadar telah mengikuti proses pembelajaran dan proses peniruan sehingga akan berpola hidup sama seperti keluarganya.

- Kelas sosial

Kelompok homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang dan pada anggota dalam setiap jenjang memilki minat dan tingkah laku yang sama.

- Kebudayaan

Faktor penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Tinjauan kebudayaan menekankan pada keberadaan unsur-unsur dalam budaya seperti nilai, moral kebiasaan, penghargaan dan ganjaran dalam sistem yang tertentu yang mampu mendorong individu untuk menjalankan gaya hidup.

II.6 Hedon, Konsumsi, dan Konsumtif

Terdapat banyak kesalah pahaman mengenai pemahaman hedon, konsumsi dan konsumtif. Ketiga kata tersebut memiliki makna berbeda namun berkaitan satu sama lain.

- Konsumsi secara harafiah adalah suatu aktifitas memakai atau menggunakan suatu produk barang atau jasa yang dihasilkan oleh para produsen. Konsumsi ialah suatu kegiatan yang bertujuan mengurangi atau menghabiskan daya guna suatu benda, baik berupa barang maupun jasa, untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan secara langsung. Kegiatan konsumsi merupakan tindakan pemuasan atas berbagai jenis tuntutan kebutuhan manusia. Individu yang melakukan kegiatan konsumsi disebut juga konsumen.

  Seluruh tipe aktifitas sosial yang orang lakukan sehingga dapat dipakai untuk mencirikan dan mengenal mereka, selain (sebagai tambahan) apa

yang mungkin mereka lakukan untuk hidup. Menurut Chaney (2003, h. 54).

Contohnya : Menghabiskan makanan dan minuman, memakai baju, menonton TV.

- Konsumtif diartikan sebagai pemakaian (pembelian) atau pengonsumsian barang-barang yang sifatnya karena tuntutan gengsi semata dan bukan menurut tuntutan kebutuhan yang dipentingkan (Barry, 1994). Oleh karena itu, arti kata konsumtif adalah boros atau perilaku yang boros, yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan.

  Dalam arti luas konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta tidak ada skala prioritas atau juga dapat diartikan sebagai gaya hidup yang bermewah-mewah.

  Contohnya : membeli handphone jenis terbaru, mengikuti trend dan membeli gadget yang sedang up to date.

Dengan kata lain, konsumsi dan konsumtif berfokus pada pembelian barang saja sedangkan hedon tidak hanya mengenai pembelian barang namun juga mencakup aktifitas atau kegiatan guna pemenuhan kesenangan. Perbedaan yang mencolok antara konsumsi, konsumtif dan hedon adalah fungsinya. Perlu di garis bawahi bahwa konsumsi merupakan pembelian barang yang berfungsi sebagai pemuas atas tuntutan dari kebutuhan atau guna memenuhi kebutuhan. Sedangkan konsumtif merupakan pembelian barang yang berfungsi sebagai pemuas atas tuntutan gengsi atau tidak sesuai kebutuhan. Dan hedon berfungsi sebagai pemuas atas tuntutan diri akan kesenangan dan kenikmatan semata yang tidak hanya bersifat pembelian barang namun juga aktifitas.

II.7 Remaja dan Gaya Hidup Hedon

Menurut Arthur T. Jersild cs. Dalam bukunya "*Child Psychology*" (dikutip dari Sofyan, 2010, p. 23), pada fase perkembangan, kedudukan usia remaja dibagi beberapa fase sebagai berikut:

1. X–0 tahun : Permulaan kehidupan (masa konsepsi), masaprenatal (dalam kandungan), proses kelahiran.
2. 0-1 tahun : masa bayi (infancy).
3. 1-5 tahun : masa kanak-kanak (early childhood).
4. 5-12 tahun : masa anak-anak (middle childhood).
5. 15-18 tahun : masa remaja (adolescence).
6. 18-25 tahun : masa dewasa awal (pre adulthood).
7. 25-45 tahun : masa dewasa (early adulthood).

Menurut Dr. Zakiah Daradjat (seperti dikutip Sofyan, 2010) dalam bukunya Remaja & Masalahnya oleh Prof. DR. Sofyan s. Willis, M.PD mengungkapkan bahwa:

"Remaja adalah usia transisi. Seorang individu, telah meninggalkan usia kanak-kanak yang lemah dan penuh kebergantungan, akan tetapi belum mampu ke usia yang kuat dan penuh tanggung jawab, baik terhadap dirinya maupun terhadap masyarakat. Banyaknya masa transisi ini bergantung pada keadaan dan tingkat sosial masyarakat dimana ia hidup. Semakin maju masyarakat semakin panjang usia remaja, karena ia harus mempersiapkan diri untuk menyesuaikan diri dalam masyarakat yang banyak syarat dan tuntutanya" (h. 23).

Ketidakstabilan emosi dan cara berpikir membuat remaja menjadi generasi yang rentan terjerat gaya hidup hedon. Paham ini mulai merasuki kehidupan remaja. Remaja sangat antusias terhadap adanya hal yang baru. Gaya hidup hedon sangat menarik bagi mereka. Daya pikatnya sangat luar biasa, sehingga dalam waktu singkat munculah fenomena baru akibat paham ini. Fenomena yang muncul, ada kecenderungan untuk lebih memilih hidup enak, mewah, dan serba kecukupan tanpa harus bekerja keras. Titel "remaja yang gaul dan funky " baru melekat bila mampu memenuhi standar tren saat ini. Ciri-ciri hedon menurut Cicerno dalam Russell (2004) adalah sebagai berikut: Memiliki pandangan gaya hidup instan, melihat perolehan harta dari hasill kahir bukan proses untuk membuat hasil akhir. Menjadi pengejar modernitas fisik. Memiliki relativitas kenikmatan di atas rata-rata tinggi. Memenuhi banyak keinginan-keinginan spontan yang muncul. Ketika

mendapat masalah yang dianggap berat, muncul anggapan bahwa dunia begitu membencinya. Berapa uang yang dimilikinya akan habis. Melihat dari ciri-ciri tersebut, gaya hidup hedon lebih mengejar kesenangan sesaat atau duniawi.

II.8 Bagaimana Gaya Hidup Hedon Memberikan Dampak Negatif dan Positif

Perkembangan jaman dan teknologi yang semakin berkembang sangat mendorong remaja untuk melakukan gaya hidup hedon, dimana gaya hidup yang mengutamakan kesenangan, kepuasan, juga rasa ingin tahu atau mencoba hal-hal yang baru yang membuat hati senang dan tidak peduli akan lingkungan di sekitar, baik bersifat positif maupun negatif.

Salah satu dampak positif hedon adalah gaya hidup hedon lebih bersifat royal atau saling berbagi dengan orang lain, karena mereka selalu ingin mencukupi kebutuhannya agar tercapai kepuasaannya atau agar dapat diterima dilingkungan tempat mereka bergaul. Remaja dengan gaya hidup hedon juga memiliki tingkat stress yang lebih rendah karena mereka akan lebih sering melakukan hal untuk kesenangannya sendiri.

Selain dampak positif juga terdapat dampak negatif dari gaya hidup hedon yaitu orang dengan gaya hidup hedon cenderung ingin melakukan sesuatu hal yang baru dan mementingkan diri sendiri tanpa peduli orang lain walaupun hal tersebut melanggar aturan atau hukum serta mengganggu ketentraman *public* atau masyarakat, contohnya: sering pulang larut malam, membawa minuman keras (mabuk-mabukan), mendengarkan musik terlalu keras, tidak bersosialisasi dengan masyarakat *(asocial*), cenderung berkelompok, terlalu cuek dengan aturan lingkungan. Selain itu, remaja dengan gaya hidup hedon tejerumus kedalam pergaulan bebas seperti pergi ke klab malam atau ketempat dugem (dunia gemerlap), narkoba, sex bebas, menghamburkan uang yang tidak jelas (boros), yang pada intinya tidak hanya merusak diri sendiri tapi juga orang lain. Menurut Indonesia Children (seperti dikutip Andhiyantama, 2010), hedonisme setidaknya menganut paham-paham sebagai berikut:

1. Seks Bebas
2. Menjadi pecandu narkoba
3. Keranjingan disko
4. Tidak segan melakukan perbuatan kriminal

Pada point pertama dijelaskan bahwa pada kaum remaja dengan gaya hidup hedon kesenangan yang dicari adalah bentuk kesenangan seksual yang dengan sadar dilakukan dengan melanggar kaidah-kaidah agama dan social yang berlaku di masyarakat. Perbuatan tersebut tidak hanya akan berdampak bagi kesehatan pelakunya sendiri tapi juga memicu pada tingginya tingkat penularan penyakit menular seksual dan aborsi yang sudah tergolong ke dalam tindak kriminal.

Menjadi pecandu narkoba merupakan point kedua yang dianut bagi mereka pecandu budaya hedon. Budaya gaya hedon sangatlah memuja sebuah kenikmatan, karena itu alasan mencari kenikmatan demi menghilangkan rasa penat dijadikan sebuah dalih untuk menggunakan barang haram tersebut.

Pada point ke-3, bahasa keranjingan disko tersebut dalam perkembangannya sering disebut dengan istilah dugem. Dugem dapatlah diartikan sebagai hiburan dunia malam yang bernuansa bebas, ekspresif dan juga modern. Hiburan yang ditawarkan oleh tempat semacam ini pada dasarnya adalah tarian-tarian erotis, minuman beralkohol dan juga tentunya musik-musik yang berirama disko namun terkadang secara terselubung juga sering digunakan sebagai tempat untuk bertransaksi narkoba dan pelacuran.

Point ke-4 menjelaskan bahwa gaya hidup hedon bisa membuat remaja tidak segan melakukan perbuatan kriminal demi memenuhi kepuasan gaya hidupnya. Seperti dikutip merdeka.com (2013), Subdit Kejahatan dan Kekerasan (Jatanras) Ditreskrimum Polda Metro Jaya berhasil membekuk komplotan penjambret yang kerap beraksi di wilayah podok Aren, Pesanggrahan dan Kebayoran, Jakarta Selatan. Ironisnya komplotan itu sebagian besar pelajar aktif di sekolahnya masing-masing. Direktur Reserse Kriminal Umum Polda Metro Jaya Kombes

Toni Harmanto menjelaskan, Sudah 33 kali beraksi. 26 Kali jambret dan 17 kali melakukan pencurian dengan kekerasan dengan menggunakan senjata tajam terhadap pengendara sepeda motor. Sepeda motor yang berhasil mereka ambil dari korban kemudian dijual. Hasil penjualan digunakan pelaku untuk memenuhi gaya hidup mereka. Uangnya untuk makan-makan, minum-minuman, yang jelas gaya hidup mereka hedonis.



Gambar II.1 Gaya hidup hedon, 4 pelajar nekat jadi jambret

Sumber: http://www.merdeka.com/jakarta/gaya-hidup-hedon-4-pelajar-nekat-jadi-jambret.html (22 Februari 2013)

Remaja sebagai kaum ‘labil’ dapat dengan mudah terjebak ke dalam ketiga dampak buruk dari gaya hidup hedon tersebut. Disengaja atau tidak, remaja dengan ketidakstabilan emosi dan sifat keingintauannya menjadi sebuah sasaran empuk. Dengan memasyarakatnya gaya hidup hedon, bahkan membuat banyak orang dewasa yang secara sengaja menutup mata dan telinga dengan perilaku remaja yang terjerat ke dalam kebiasaan buruk itu. Mereka terkesan membiarkan perilaku negatif tersebut.

II.9 Indikator Gaya Hidup Hedon

Skala gaya hidup hedon akan disusun berdasarkan konsep teori gaya hidup yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2008), dimana aspek-aspek gaya hidup

digabungkan dengan karakteristik-karakteristik hedonisme. Skala ini terdiri atas 3 item yang disusun berdasarkan tiga dimensi yang disertai dengan penjelasannya.

No	Dimensi	Indikator Perilaku
1	*Activities* (aktivitas/kegiatan)	- Mengejar modernitas fisik. - Menghabiskan banyak uang berapa pun yang dimiliki.
2	*Interest* (minat dan kepentingan)	- Memenuhi banyak keinginan spontan yang muncul - Memandang hidup sebagai sesuatu yang instan dengan melakukan rasionalisasi atau pembenaran dalam memenuhi kesenangan tersebut
3	*Opinion* (pendapat)	- Memiliki anggapan bahwa dunia sangat membencinya ketika sebuah masalah berat muncul - Memiliki relativitas kenikmatan di atas rata-rata yang tinggi

Tabel II.1 Indikator Perilaku Gaya Hidup Hedon

Sumber : Kotler dan Amstrong (2008)

Ketiga skala gaya hidup hedon di atas menjadi indicator bagaimana seseorang dengan gaya hidup hedon berperilaku, berkeinginan dan beranggapan dalam kesehariannya. Penelitian ini menggunakan indicator gaya hidup hedon sebagai acuan dalam mengobservasi perilaku remaja kota Bandung dengan membuat angket dan melakukan wawancara seputar gaya hidup.

II.10 Angket Penelitian Gaya Hidup Hedon di Kalangan Remaja

Angket dibawah ini berisi 9 pertanyaan yang berhubungan dengan gaya hidup hedonis guna mengetahui seberapa dalam pengetahuan remaja tentang gaya hidup hedon. Angket ini diberikan kepada 100 orang remaja kota Bandung yang berusia 15-18 tahun dan dipilih secara acak.

No	Pertanyaan	Ya	Tidak
1.	Apakah kamu pernah mendengar kata “Hedon”?		
2.	Apakah kamu merasa puas jika kamu bisa melakukan sesuatu yang membuat dirimu senang?		
3.	Apakah kamu senang atau puas jika bisa mengikuti tren? Contoh: membeli barang-barang terbaru atau bermerk secara rutin/tidak pernah ketinggalan mengikuti tren fashion idola kamu		
4.	Apakah kamu senang atau puas ketika bisa bermain bersama teman-teman? Contoh: nongkrong di mall/café/taman, nonton, dll ;		
5.	Apakah kamu selalu rutin menghabiskan waktu untuk bermain bersama teman-teman?		

6.	Apakah media (televise, sosial media, dll) dan lingkungan mempengaruhi caramu bergaul? Contoh: kamu membeli barang atau pergi ke café karena melihat iklan di instagram		
7.	Apakah menurutmu bersenang-senang memberikan dampak negatif saja?		
8.	Menurutmu, apakah remaja yang terjerumus pergaulan bebas (sex bebas, narkoba, dll) melakukan perbuatan tersebut awalnya karena untuk kesenangan semata?		
9.	Menurutmu, apakah bersenang-senang bisa dilakukan dengan cara yang positif? Jika Ya, berikan 1 contoh….		

Tabel II.2 Angket Penelitian Gaya Hidup Hedon

Angket penelitian diatas terdiri dari 9 pertanyaan yang dirangkai berdasarkan indikator gaya hidup hedon. Penilaian hasil penyebaran angket dilakukan dengan menggunakan sistem perhitungan sebagai berikut:

- 1 jawaban ‘YA’ dari setiap pertanyaan = 1 poin
- 1 jawaban ‘TIDAK’ dari setiap pertanyaan = 0 poin

Seluruh poin yang diperoleh dari setiap angket yang diisi remaja dihitung menggunakan konsep:

- 9 jawanban ‘YA’ mengindikasikan remaja mengetahui dan paham mengenai gaya hidup hedon
- < 9 jawaban ‘YA’ mengindikasikan *misunderstanding* mengenai gaya hidup hedon

- < 5 jawaban ‘YA’ mengindikasikan kurang atau tidak mengetahui mengenai gaya hidup hedon

Dari hasil penyebaran angket kepada 100 orang remaja kota Bandung usia 15-18 tahun yang dilakukan di beberapa pusat keramaian seperti mall, taman kota, café/resto, sekolah/universitas, dll menunjukkan data sebagai berikut:

- 70% remaja kota Bandung tidak mengetahui tentang gaya hidup hedon
- 30% remaja kota Bandung salah menafsirkan (*miss understanding*) mengenai gaya hidup hedon

Dengan kata lain, berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis dilapangan remaja kota Bandung tidak mengetahui atau tidak memahami gaya hidup hedon beserta dampak/pengaruhnya terhadap kehidupannya sehari-hari. Melihat dari kenyataan tersebut, perlunya media informasi yang memberikan pengenalan dan pengetahuan seputar gaya hidup hedon agar remaja mengetahui dan memahami apa yang dimaksud dengan gaya hidup hedon dan bagaimana media informasi tersebut bisa memberikan gambaran bahwa banyaknya pilihan-pilihan positif dari gaya hidup hedon.

II.11 Analisa Masalah

II.11.1 Penyebab Remaja Terjerumus Gaya Hidup Hedon

1. Kurangnya pemahaman gaya hidup hedon

Pengertian pemahaman menurut Anas Sudijono (1996), adalah kemampuan seseorang untuk mengerti atau memahami sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. Dengan kata lain, memahami adalah mengetahui mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi. Pemahaman merupakan jenjang kemampuan berpikir yang setingkat lebih tinggi dari ingatan dan hafalan.

Sedangkan menurut Yusuf Anas (2008), yang dimaksud dengan pemahaman adalah kemampuan untuk menggunakan pengetahuan yang sudah diingat lebih-

kurang sama dengan yang sudah diajarkan dan sesuai dengan maksud penggunaannya.

Secara tidak langsung pemahaman gaya hidup hedon berarti kemampuan untuk mengerti dan memahami makna dari hedon itu sendiri dalam berbagai sisi serta mengetahui bagaimana dampaknya jika gaya hidup tersebut diaplikasikan.

2. Kurangnya kesadaran akan dampak gaya hidup hedon

Kesadaran berdasarkan pendapat dari Solso (2008) pada bukunya Psikologi Kognitif menjelaskan bahwa kesadaran adalah kesiagaan seseorang terhadap peristiwa-peristiwa dilingkungannya (seperti pemandangan dan suara-suara dari lingkungan sekitarnya) serta peristiwa-peristiwa kognitif yang meliputi memori, pikiran, perasaan dan sensasi-sensasi fisik. Dari definisi Solso terdapat dua kata kunci: Lingkungan (Eksternal) dan Peristiwa Kognitif (Internal).

Maka dapat disimpulkan bahwa kurangnya kesadaran akan dampak gaya hidup hedon dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya.

3. Media informasi yang kurang menarik

Perkembangan media informasi sangat cepat dan diperlukan setiap saat karena media informasi memudahkan manusia untuk mengetahui segala informasi yang dibutuhkan, dengan media informasi manusia juga dapat berinteraksi satu samalain. Dengan menggunakan media informasi juga dapat menyampaikan pesan dengan baik dan dapat bermanfaat bagi pembuat dan target.

Media merupakan salah satu komponen komunikasi, yaitu sebagai pembawa pesan dari komunikator menuju komunikan (Criticos, 1996). Sedangkan pengertian dari informasi secara umum informasi adalah data yang sudah diolah menjadi suatu bentuk lain yang lebih berguna yaitu pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau yang akan datang (Gordon B. Davis 1990; 11).

Maka dapat disimpulkan bahwa media informasi berfungsi sebagai alat untuk mengumpulkan dan menyusun kembali sebuah informasi sehingga menjadi bahan yang bermanfaat untuk disampaikan pada penerima informasi. Melalui media informasi iklan televisi ini memberikan penjelasan secara langsung kepada pengunjung mengenai dampak gaya hidup hedon.

II.11.2 Tinjauan Media Informasi Video Dukumenter

"Video dokumenter merupakan satu bentuk produk audio visual yang menceritakan suatu fenomena keseharian. Fenomena tersebut cukup pantas diangkat menjadi perenungan bagi penonton. Materi dokumenter dapat berupa cerita tentang keprihatinan sosial, pengalaman dan pergaulatan hidup yang memberikan inspirasi dan semangat hidup bagi penonton, atau kilas balik dan kupasan tentang peristiwa yang pernah terjadi dan ada kaitanya dengan masa sekarang" (Brata, 2007 : 57).

"Video dokumenter tak pernah lepas dari tujuan penyebaran informasi pendidikan, dan propaganda bagi orang atau kelompok tertentu. Intinya, video dokumenter tetap berpijak pada hal-hal senyata mungkin" (Javandalasta, 2011:2).

Kunci utama dalam video dokumenter merupakan penyajian fakta. Video dokumenter berhubungan dengan tokoh, peristiwa dan lokasi yang nyata. Video dokumenter merupakan merekam peristiwa yang sungguh – sungguh terjadi tidak menciptakan suatu kejadian.

Dalam menbuat video dokumenter terdapat kriteria dimana video tersebut bagus atau tidak. berikut ini kriteria video dokumenter yang bisa dikatakan bagus.

1. Merupakan para pelaku yang sesungguhnya.
2. Tidak memiliki tokoh protagonis dan antagonis.
3. Struktur film sederhana
4. Film berisi kenyataan atau fakta bukan rekayasa.

II.11.3 Fungsi dan Peranaan Video Dokumentasi

Dalam pengambilan gambar sebelumnya, berbagai pilihan harus diambil oleh para pembuat film dokumenter untuk menentukan sudut pandang, ukuran shot (type of shot), pencahayaan, dan lain-lain, agar dapat mencapai hasil akhir yang mereka inginkan.

Beberapa fungsi dalam dokumenter : (Directing The Documentary, Third Edition, Michael Rabiger, Focal Press, singapore, 1998. hal 3-6)

1. Dokumenter dan waktu.
2. Dokumenter sebagai penanganan kreatif atas realitas
3. Dokumenter untuk menangani masalah social
4. Dokumnter , individualitas dan cara pandang
5. Dokumenter sebagai sebuah cerita yang terorganisasi
6. Rentang bentuk documenter
7. Ketelitian untuk melihat situasi yang ada berhadapan dengan kenyataan yang sesungguhnya
8. Dokumenter untuk menggugah sebuah kesadaran
9. Documenter sebagai sebuah bentuk seni social

Unsur-unsur visual dan verbal yang biasa digunakan dalam dokumenter

(An introduction to film studies third edition Oleh Jill Nelmes (ed), routledge, london, 2003. hal 189-190)

a) . Unsur Visual:
   - Observasionalisme reaktif; pembuatan film dokumenter dengan bahan yang sebisa mungkin diambil langsung dari subyek yang difilmkan. Hal ini berhubungan dengan ketepatan pengamatan oleh pengarah kamera atau sutradara.
   - Observasionalisme proaktif; pembuatan film dokumenter dengan memilih materi film secara khusus sehubungan dengan pengamatan sebelumnya oleh pengarah kamera atau sutradara.

- Mode ilustratif; pendekatan terhadap dokumenter yang berusaha menggambarkan secara langsung tentang apa yang dikatakan oleh narator (yang direkam suaranya sebagai voice over).
- Mode asosiatif; pendekatan dalam film dokumenter yang berusaha menggunakan potongan-potongan gambar dengan berbagai cara. Dengan demikian, diharapkan arti metafora dan simbolis yang ada pada informasi harafiah dalam film itu, dapat terwakili.

b) Unsur Verbal:

- Overheard exchange; rekaman pembicaraan antara dua sumber atau lebih yang terkesan direkam secara tidak sengaja dan secara langsung.
- Kesaksian; rekaman pengamatan, pendapat atau informasi, yang diungkapkan secara jujur oleh saksi mata, pakar, dan sumber lain yang berhubungan dengan subyek dokumenter. Hal ini merupakan tujuan utama dari wawancara.
- Eksposisi; penggunaan voice over atau orang yang langsung berhadapan dengan kamera, secara khusus mengarahkan penonton yang menerima informasi dan argumen-argumennya.

Maka dokumenter sering dianggap sebagai rekaman dari aktualitas,potongan rekaman sewaktu kejadian sebenarnya berlangsung, saat orang yang terlibat di dalamnya berbicara, kehidupan nyata seperti apa adanya, spontan, dan tanpa media perantara.Walaupun kadang menjadi bahan ramuan utama dalam pembuatan dokumenter, unsur-unsur itu jarang menjadi bagian dari keseluruhan film dokumenter itu sendiri, karena semua bahan tersebut harus diatur, diolah kembali, dan ditata struktur penyajiannya.