

ABSTRAK

Hedonisme sangatlah marak dikalangan mahasiswa. Gaya hidup mewah ini menjadi ciri khas mahasiswa perkotaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif tujuan dan motif penyebab hedonisme, makna dari hedonisme di kalangan mahasiswa Universitas Langlangbuana dan mengetahui dampak dari hedonisme ini di kalangan mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian studi fenomenologi. Subjek penelitian adalah mahasiswa Universitas Langlangbuana, di tentukan secara purposive yaitu mahasiswa yang setidaknya pernah mengalami atau mengetahui makna hedonisme. Proses pengumpulan data di peroleh melalui wawancara mendalam dan pengamatan terhadap informan. sedangkan untuk data penunjang diperoleh melalui pengamatan hasil studi penelitian sebelumnya dan studi literatur lainnya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa para mahasiswa di Universitas Langlangbuana bahwa hedonisme sudah menjadi hal yang lumrah dan biasa terutama di kalangan mahasiswa, tidak bisa mengendalikan diri sebagai salah satu penyebab terhadap perilaku hedonisme dikalangan mahasiswa karena mereka bisa berbelanja atau membeli barang sepuas mereka. Dan salah satu tujuan mahasiswa hedonisme yaitu ingin di puji karena kebanyakan orang yang bergaya hidup hedonisme selalu membeli atau menggunakan barang branded dan mereka menggunakan itu karena ingin mendapat pujian.

Kata kunci : Komunikasi antarpribadi, makna, hedonisme, mahasiswa

ABSTRACT

Hedonism is very rampant among students. This luxurious lifestyle characterizes the urban student. This study aims to determine the motive for the purpose and the motive for the causes of hedonism, the meaning of hedonism among Langlangbuana University students and to find out the impact of this hedonism among students.

This study used a qualitative research method with a phenomenological study research approach. The research subjects were students of Langlangbuana University, determined purposively, namely students who at least had experienced or knew the meaning of hedonism. The data collection process was obtained through in-depth interviews and safeguards against informants. Meanwhile, the supporting data is obtained by observing the results of previous research studies and other literature studies.

The results of this study indicate that students at Langlangbuana University that hedonism has become commonplace and commonplace, especially among students, cannot control themselves as one of the causes of hedonistic behavior among students because they can shop or buy as much as they like. And one of the goals of hedonism students is to be praised because most people who live a hedonistic lifestyle always buy or use branded goods and they use it because they want to get praise.

Key words: Interpersonal communication, meaning, hedonism, students