

## SHOPAHOLIC DI KALANGAN MAHASISWA UNM ASAL SAMPAGA MAMUJU SULAWESI BARAT

**Rani Damayanti, St.Junaeda, Dimas Ario Sumilih**

Pendidikan Antropologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar

Email: [ranidamayantiramadhan@gmail.com](mailto:ranidamayantiramadhan@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui pemetaan terhadap kebutuhan primer, sekunder dan tersier di kalangan mahasiswa UNM asal Sampaga Mamuju Sulawesi Barat; (2) untuk mengetahui bagaimana pandangan mahasiswa UNM asal Sampaga Mamuju Sulawesi Barat bagi perilaku konsumtif jika ditinjau dari segi ekonomi; (3) untuk mengetahui nilai budaya pada perilaku konsumtif mahasiswa UNM asal Sampaga Mamuju Sulawesi Barat dalam pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analistik. Teknik pengumpulan data diperoleh dengan penelitian lapangan dengan metode observasi, wawancara dan dokumentasi, dengan melibatkan beberapa informan yaitu mahasiswa yang *shopaholic* dalam perilaku konsumtif yaitu tidak mampu mengontrol diri untuk tetap berbelanja (boros), dan bahkan sebagai penghilang stress pada saat terpenuhi hasratnya dalam berbelanja. Adapun dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) mahasiswa UNM asal Sampaga Mamuju Sulawesi Barat melakukan pemetaan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari mereka. Dengan cara, mereka membagi antara pengeluaran kebutuhan primer, sekunder dan tersier mereka, yaitu dengan melakukan pemetaan untuk kebutuhan pokok, kebutuhan pelengkap dan kebutuhan pendukung bagi keinginannya; (2) pandangan mahasiswa itu sendiri, di mana mereka beranggapan selama ini bahwa, hal yang mereka lakukan itu adalah hal yang lumrah yang dilakukan secara tidak sadar dan menjadikan sebagai aktivitas sehari-hari dalam hal *shopping*, untuk itu mereka mampu menaikkan eksistensi dibidang pergaulan antar teman, dalam pemenuhan kebutuhan *lifestyle* untuk bisa bersaing meskipun persoalan perut tidak terisi tetapi belanja tetap berjalan dan adanya hasrat untuk tetap berbelanja secara terus menerus; (3) pada pengaplikasiannya dalam kehidupan sehari-hari pada kalangan mahasiswa khususnya di kalangan mahasiswa UNM asal Sampaga Mamuju Sulawesi Barat, adanya nilai budaya *getteng* dan *reso* sama halnya dengan nilai mandiri yang sampai detik ini masih dipertahankan.

**Kata Kunci:** *Perilaku konsumtif, Shopaholic, lifestyle*

### A. Pendahuluan

Era globalisasi merupakan perubahan mendunia yang melanda diberbagai di dunia, salah satunya Indonesia. Efek yang terjadi sangat besar dalam berbagai keberadaan manusia di semua tingkatan masyarakat, baik dari sudut pandang moneter, sosial, alam, sosial, dll, karena kemajuan ilmu pengetahuan dan inovasi yang mengubah contoh-contoh perilaku pemanfaatan saat ini.

Individu. Globalisasi sangat dekat dengan peristiwa perubahan-perubahan sosial yang pada akhirnya mengubah tatanan kualitas, standar, standar perilaku, cara hidup dan lain-lain. Perubahan-perubahan sosial dapat dikatakan sebagai perubahan dari efek samping sosial yang ada di mata masyarakat, dari yang bersifat individual menjadi yang lebih tidak terduga. Di Indonesia sendiri, dampak globalisasi terlihat di wilayah perkotaan besar, salah satunya Kota Makassar. Globalisasi berdampak pada mahasiswa Makassar, khususnya mahasiswa UNM dari Sampaga, Mamuju, Sulawesi Barat.

Semakin banyak tuntutan eksistensi manusia, semakin serius pula permintaannya terhadap perluasan cara hidup (*lifestyle*). *Lifestyle* atau gaya hidup adalah contoh atau perilaku yang menggambarkan kebiasaan individu di mata publik atau iklim umum dan bagaimana individu itu hidup. Dalam jaringan provinsi, misalnya, mereka benar-benar berpegang teguh pada budaya leluhur dan budaya saat ini. Budaya tersebut sebenarnya mereka menjaga gaya hidup mereka dalam keadaan mereka saat ini dan memiliki kontrol sosial-sosial yang kuat, seperti halnya mahasiswa UNM dari Sampaga, Mamuju, Sulawesi Barat. Kelompok masyarakat tersebut juga masih mempertahankan budaya yang dipandang sebagai praktik bawaan dalam suasana kekeluargaan, dan tetap menjaga harga diri. Dimana orang tua benar-benar mempertahankan gadis kecilnya terhadap laki-laki yang belum menjadi kaki tangan sah (muhrimnya) sehingga ada batasan sosial bagi perempuan dan laki-laki yang bukan muhrimnya.

Meskipun demikian, yang membedakan adalah jaringan metropolitan yang sudah mulai dipengaruhi oleh globalisasi dimana budaya dan kultur belum menjadi aturan, standar atau acuan, karena dampak dari iklim, data dan inovasi yang semuanya sudah mengglobal. Misalnya, sebelum berkonsentrasi di Kota Makassar, mahasiswa UNM asal Sampaga, Mamuju, Sulawesi Barat adalah individu yang kental dengan budaya dan kultur, seperti prinsip yang berlaku di keluarganya. Bagaimanapun, setelah mereka masuk dan mulai berkenalan dengan sosial-budaya baru di sekitarnya. Dimana budaya dan kultur bukan sebagai titik untuk dijadikan pedoman, standar, atau acuan bagi seseorang. Dengan cara ini, menyesuaikan diri dengan iklim akan menjadi suatu perspektif semua orang. Seseorang akan mulai menyesuaikan diri dengan hal-hal baru dan tanpa disadari seseorang akan mulai menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini kemudian membawa perubahan sosial budaya atau sosial seseorang secara lokal.

Salah satu masyarakat yang mengalami perubahan sosial dan budaya, yaitu pada sebagian besar mahasiswa UNM asal Sampaga Mamuju Sulawesi Barat. Seseorang salah satu menafsirkan alih fungsi gaya hidup modern dan *hedonis* dalam kehidupan sehari-hari mereka. Dalam hal ini mahasiswa tersebut mengalami *shock cultural* (kaget dengan lingkungan dan kebudayaan baru), perubahan kebudayaan akan menyebabkan terjadinya pergeseran budaya. Koentjaraningrat (1990:5) menjelaskan bahwa, Menurut R. Redfield dalam bukunya yang berjudul *We The Tikopea* (1936) mengenai proses pergeseran budaya (perubahan kebudayaan) bahwa pada dasarnya budaya atau kultur yang belum mempengaruhi seseorang. Sehingga ketika seseorang berada dalam sebuah fase atau lingkungan yang baru, kemudian mampu beradaptasi atau menerima budaya baru tersebut. Kemudian menjadikannya sebagai kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Di mana mereka mengubah cara hidup mereka terkait penampilan, gaya bicara, dan pergaulan dengan

iklim. Misalnya, menyukai makanan murah (*Pizza Hut, J'co, KFC, McDonald's dan lain-lain*). Seseorang juga secara teratur mengenakan pakaian atau barang yang ditandai, seperti, (*Elizabeth, Fossil, Gosh, Fladeo, Kickers dan lainnya*). Ada juga tempat-tempat wisata untuk hiburan, misalnya (*Bioskop, Karaoke, tempat bermain/ Timezone, dan lain-lain*) Memang, bahkan sejauh ini untuk mendukung pentingnya untuk mengetahui hal-hal menarik (*fashionable*) agar tetap mengetahui hal-hal terkini yang sedang *trend* dimasa kini. Selain itu, ditopang oleh iklim yang memadai dan kemajuan inovatif di era globalisasi ini, sehingga mereka bisa mendapatkannya (membeli) tanpa masalah.

Gaya hidup atau *lifestyle* juga bisa disinggung sebagai perilaku destruktif yang merupakan kecenderungan seseorang untuk membakar habis-habisan, membeli sesuatu yang berlebihan atau dadakan dan bahkan tanpa disadari. Dimana perilaku seperti ini umumnya tidak dilandasi oleh kebutuhan tetap atau pokok yang ditentukan oleh hasrat dan keinginan. Hal ini membuat seseorang menjadi *shopaholic*. *Shopaholic* berasal dari kata "*shop*" yang berarti belanja, dan "*aholic*" berarti ketergantungan yang disadari atau bahkan tidak berdasarkan. Jadi, seorang *shopaholic* adalah kegagalan seseorang untuk menahan hasratnya untuk berbelanja.

Dengan mengikuti teori *Dame Mary Douglas* dalam bukunya David (1996:96-97) menjelaskan mengenai budaya dan simbolisme manusia, bahwa penggunaan benda-benda mengekspresikan pengetahuan sosial, sehingga konsumsi pribadi suatu gaya hidup terhadap benda-benda merupakan bagian budaya yang dapat dilihat. Seperti halnya mahasiswa UNM asal Sampaga, Mamuju, Sulawesi Barat, yang mengutamakan gaya hidup (*lifestyle*) sebagai suatu perilaku konsumtif yang disebut sebagai *shopaholic*. Berdasarkan permasalahan tersebut yang kemudian menjadi alasan peneliti mengambil judul *Shopaholic* di Kalangan Mahasiswa UNM Asal Sampaga Mamuju Sulawesi Barat. Artinya penelitian ini membatasi dirinya mengenai *Shopaholic* pada Kalangan Mahasiswa UNM asal Sampaga, Mamuju, Sulawesi Barat.

## **B. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. "Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban" (Mulyana, 2008: 145). Menurut Sugiyono (2007: 1), metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kualitas-kualitasnya, alih-alih mengubahnya menjadi entitas-entitas kuantitatif (Mulyana, 2008: 150). Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

### **C. Pembahasan**

#### *Sekilas Kecamatan Sampaga*

Otonomi daerah yang diterapkan sejak tahun 2001 mengakibatkan jumlah wilayah administratif tingkat desa di Kecamatan Sampaga berjumlah 7 desa di tahun 2012 diantaranya yaitu: Desa Bunde, Desa Kalonding, Desa Tarailu, Desa Sampaga, Desa Tanam Buah, Desa Salu Barana dan Desa Losso. Pemberlakuan otonomi daerah ini diharapkan mampu lebih mendekatkan pelayanan pemerintah terhadap masyarakat. Pemekaran di wilayah ini disertai dengan jumlah penduduk yang semakin berkembang. Hal ini seyogyanya dapat menjadi modal pembangunan, akan tetapi bila tidak diberdayakan maka modal pembangunan tersebut akan berbalik menjadi beban pembangunan. Sekitar 15.420 jiwa penduduk pada tahun 2013 menjadi tantangan serius guna mengupayakan peningkatan kesejahteraan masyarakat di Kecamatan Sampaga dengan diimbangi kepadatan penduduk 129 jiwa per Km<sup>2</sup>.

Kemajuan di bidang pendidikan nampaknya dapat diikuti dengan berbagai macam sarana di bidang kesehatan dan sosial. Kemajuan di bidang tersebut di atas diharapkan mampu menciptakan kemajuan pembangunan secara global yang menjadi tulusng punggung perekonomian Kabupaten Mamuju. Dengan adanya kemajuan di bidang ekonomi sosial juga berdampak terhadap masyarakat yang ada termasuk para mahasiswanya yang sudah banyak menempuh pendidikan kejenjang yang lebih tinggi lagi. Sehingga di daerah tersebut sudah membukakan peluang besar terhadap kaum milineal untuk berperilaku konsumtif sesuai dengan keadaan perekonomian yang sudah berkembang pada saat ini.

#### *Profil Mahasiswa UNM Asal Sampaga, Mamuju Sulawesi Barat*

Profil seseorang adalah suatu ciri-ciri yang terlihat secara umum, yang mempunyai gambaran atau ciri khusus untuk mempermudah mengetahui identitas seseorang. Mahasiswa adalah panggilan individu untuk seseorang yang sekarang sedang mencari pendidikan lanjutan di sebuah perguruan tinggi. Dalam arti kata mahasiswa mengandung arti kaum berjiwa muda yang cerdas. Perguruan tinggi harus memiliki mahasiswa yang memiliki berbagai atribut yang mendukung pencapaian penelitian mahasiswa tersebut. Apalagi dengan mahasiswa UNM yang berasal dari Sampaga Mamuju Sulawesi Barat yang memiliki karakter dan tingkah laku yang beragam.

Kampus UNM sendiri, khususnya mahasiswa UNM dari Sampaga, Mamuju, Sulawesi Barat, merupakan suatu rana untuk menjadi tempat bagi seseorang yang ingin menempuh pendidikan lanjutan yang dikenal sebagai mahasiswa. Dari sekian banyak mahasiswa di UNM, mereka harus memiliki karakter yang beragam, terutama mahasiswa dari Sampaga Mamuju Sulawesi Barat. Seperti adanya karakter yang berjiwa pebisnis yang mampu bersaing dengan pebisnis yang lainnya yang bahkan bisa manandingi orang-orang yang ahli bisnis. Karakter yang suka mengikuti lomba yang mampu bersaing dan membawah nama baik kampus dan dirinya sendiri khususnya mahasiswa jurusan keolahragaan.

Selain itu, ada pula karakter seseorang yang rajin menabung untuk memenuhi keinginan dan hasratnya ingin memiliki barang-barang yang mereka inginkan. Ada pula karakter seseorang

yang fokus pada waktu kehadiran di bangku perkuliahan namun tetap terpenuhi jiwa yang suka berbelanja di sela-sela kesibukan perkuliahan yang dimanfaatkan sebagai ajang untuk menghilangkan stress. Ada juga mahasiswa yang dinamis di luar dengan alasan untuk menyalurkan minat atau kemampuan mereka. Sementara itu, kualitas mahasiswa yang tidak rajin dapat dilihat dari keberadaan mahasiswa yang sering tidak hadir tanpa persetujuan. Seperti saat ini situasi di mana semua perkuliahan dilakukan secara *daring*, ditambah juga banyak mahasiswa yang apatis yang tidak pernah melakukan atau mengumpulkan tugas yang diberikan oleh ibu/bapak dosen mereka.

Mahasiswa yang memiliki gaya hidup *shopaholic* yaitu mahasiswa yang kurang dinamis seperti mahasiswa konvensional yang prinsip kerjanya hanya perkuliahan saja atau bahkan susah untuk terlibat di agenda-agenda kegiatan keorganisasian. Artinya, mahasiswa memutuskan agar tidak bergabung dengan asosiasi dasar (organisasi kampus) seperti halnya Witari Tri Annisa, Iga Utari, Riska Widiarnita (wawancara pada tanggal 02 November 2020) Mifthahiatussaada (wawancara pada tanggal 02 November 2020). Ada pula mahasiswa yang lebih condong yaitu mahasiswa yang kurang aktif seperti halnya mahasiswa di bangku perkuliahan, namun aktif di luar kampus seperti halnya Siti Noor Fadhilah Hamzah yang aktif sebagai pembicara (duta pariwisata Kabupaten Majene) dalam bidang pemasaran dan promosi pariwisata Kabupaten Majene 2020. Dari penghasilannya dia mampu berbelanja sesuai keinginannya. (wawancara dengan Siti Noor Fadhilah Hamzah pada tanggal 03 November 2020). Lain halnya dengan mahasiswa yang lebih mementingkan kegiatan jalan-jalan sampai ke luar Negeri seperti halnya Yulinda Melyani Faisal dan Nurul Fatimah Anwar (wawancara pada tanggal 04 November 2020). Ada juga mahasiswa yang aktif mengikuti lomba keolahragaan seperti halnya Asmira Oktavia dan Yusfiah Husnul Hanifah (wawancara pada tanggal 05 November 2020). Lain halnya mahasiswa baru seperti halnya Nur Akhza dan Sarah Dewi (wawancara pada tanggal 04 November 2020). Terakhir yaitu mahasiswa yang aktif dalam berbisnis seperti halnya Mugni Magfirah Salaluddin (wawancara pada tanggal 06 November 2020) Ainun Anugrayanti dan Puspyanita (wawancara pada tanggal 06 Noveber 2020). Karakter mahasiswa tersebut memang untuk karakter mahasiswa perantau yang dipisahkan dari sanak keluarga dan keluarga terdekatnya khususnya mahasiswa UNM asal Sampaga Mamuju Sulawesi Barat.

Pemahaman yang memiliki karakter ini suka mengikuti pola yang sedang mencipta secara konsisten dalam bahasa gaulnya yaitu *trend*. Baik mengenai putaran mekanis peristiwa dan pakaian yang timbul. Umumnya orang yang suka mengikuti drift hanya perlu tampil unik dari teman sebayanya agar tidak dianggap ketinggalan zaman dan berpikiran gaul. Penjelasan di balik mahasiswa ini berfluktuasi, misalnya, mereka harus terlihat setara dengan mahasiswa lain agar tidak dianggap ketinggalan jaman. Atau bahkan posisi sosial dan gelar mereka bahkan mungkin memiliki kepuasan tersendiri dibandingkan dengan mahasiswa lain, memang masih banyak karakter yang berbeda di UNM sendiri. Selain memiliki kualitas yang beragam, mahasiswa dari berbagai usia juga memiliki agama yang berbeda dan memiliki dasar kekeluargaan yang berbeda. Di kalangan keluarganya, misalnya pekerjaan dan berbagai gaji orang tua, dapat mendukung mahasiswa untuk terlihat atau membentuk karakter mahasiswa yang berubah.

*Mahasiswa dan cara pemetaan terhadap kebutuhan*

Dalam kehidupan sehari-hari, penting untuk memiliki gaya hidup bagi setiap orang. Belanja adalah desain integral yang mencerminkan gaya hidup seseorang dan sebagai jenis pengalihan untuk perkumpulan orang tertentu. Indonesia dikenal sebagai negara dengan tingkat pemanfaatan yang cukup tinggi, khususnya di kalangan kaum muda. Beberapa kelompok dengan mudah terpengaruh oleh apa yang mereka lihat yang sekarang bergerak dengan tujuan bahwa itu dapat membuat orang-orang pada umumnya akan terus berjalan dengan tidak wajar. Penggunaan yang tidak wajar dapat dimanfaatkan untuk penggunaan uang, waktu, atau energi yang selangit dan berbahaya. Menurut Suharto (2003:35) dengan cara ini, komersialisasi adalah cara pandang tentang kehidupan, cara hidup, hikmah, mentalitas atau cara berpikir hidup yang memanfaatkan, melahap, memanfaatkan, membelanjakan sesuatu secara berlebihan, menyia-nyiakan sesuatu.

Perilaku boros adalah sebuah interaksi yang memilih koneksi terhadap seseorang atau bahkan adanya muncul potongan harga dari para penjual, dengan menggunakan barang, pikiran, atau pertemuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Dengan tujuan agar perilaku pembeli dalam menemukan, membeli, memanfaatkan, menilai dan memutuskan barang untuk memilikinya yang merupakan perilaku yang merusak bagi dirinya sendiri. Istilah perilaku boros dicirikan sebagai perilaku yang muncul oleh individu dalam mengatur, membeli dan menggunakan barang dagangan dan usaha moneter secara berlebihan.

Mahasiswa dapat menjadi fokus yang secara efektif dipengaruhi oleh para penjual, karena mereka masih dalam pencarian kepribadian. Berbelanja berubah menjadi pelepasan mereka dari kegiatan yang padat sehari-hari, yang pada akhirnya membuat para mahasiswa hanya menjadi usia yang pemboros. Selain itu, mahasiswa dari luar yang memiliki orang tua yang sering menjadi destruktif ketika merantau di kota dan mengetahui keberadaan metropolitan dengan setiap kantor yang hanya sebagai permintaan kebutuhan mereka. Peminat asal Sampaga Mamuju Sulawesi Barat yang menuntut ilmu di Perguruan Tinggi Universitas Negeri Makassar berasal dari daerah yang berbeda dan mempunyai alasan yang berbeda. Misalnya, Nurul Fatimah Anwar memilih Makassar sebagai tempat dalam menuntut ilmu. Yang menurutnya yaitu:

“saya memilih kuliah di Makassar karena memang kampus impian saya dulu di UNM, dan Alhamdulillah saya lulus di UNM jalur SBMPTN. Apalaginya di bandingkan dengan di Makassar dengan Mamuju jauh lebih bergengsi”.  
(wawancara pada tanggal 04 November 2020).

Seseorang bisa dianggap *shopaholic* jika seseorang melakukan cara berbelanja secara berlebihan atau menggunakan produk dengan cara yang sadar dan mudah dirawat. Hal ini membuat seseorang menjadi tergantung atau bahkan boros belanja sehingga sulit untuk keluar dari kebiasaan buruk tersebut. Para pelaku *shopaholic* secara konsisten perlu mengikuti perkembangan pola yang ada sesuai dengan zaman sekarang, sehingga sebisa mungkin diharapkan mereka segera membeli barang-barang yang paling *up date*. Mereka merasa puas dan senang ketika barang idaman sudah dibeli, padahal pada akhirnya mereka tidak membutuhkan barang tersebut. Seperti halnya Nurul Fatimah Anwar. Menurutnya:

“selagi masih ada uang kenapa tidak dibeli, biar tidak dibutuhkan yang jelasnya di sukaki” (wawancara pada tanggal 04 November 2020). “kalau ada yang barang yang lucu entah itu tas, sepatu baju dll saya lihat di mall tanpa berfikir panjang saya akan beli hehe” (wawancara pada tanggal 06 November 2020).

Cara mahasiswa UNM asal Sampaga Mamuju Sulawesi Barat melakukan pemetaan terhadap kebutuhan primer, sekunder dan tersier yaitu dengan cara membagi kebutuhan untuk primer, sekunder dan tersiernya. Konsumsi bulanan untuk kebutuhan tersier berkisar dari 500 ribu menjadi 2 juta rupiah. Lebih banyak biaya untuk kebutuhan tersier dibandingkan dengan kebutuhan esensial. Pemain *shopaholic* menghabiskan 1-4 kali setiap bulan, setiap kali mereka melewati hari. Menurut mereka, berada di pusat perbelanjaan adalah salah satu rumah mereka dan menganggapnya sebagai salah satu surga mereka di bumi. Penghibur gaya hidup *shopaholic* membeli barang-barang terbaru. Seperti tas, sepatu, pakaian, *make up*, dan barang penunjang penampilan lainnya.

Cara hidup seorang *shopaholic* mahasiswa UNM asal Sampaga Mamuju Sulawesi Barat bisa dilihat dari penampilan dan cara berbaur. Orang-orang mengerti yang memiliki gaya hidup *shopaholic* secara konsisten terlihat memikat, memakai desain yang mencolok, selalu waspada terhadap kesempatan dengan cepat, dan memiliki norma kehidupan tengah ke atas. Mengenai penampilan, cara para mahasiswa dalam berpakaian secara konsisten tampak menarik. Mulai dari pakaian, sepatu, dan figuran yang digunakan. Semuanya adalah hasil panen terbaru dari merek terkenal, baik yang unik maupun yang premium / berkualitas tinggi. Misalnya, paket, ada banyak merek terkenal yang saat ini terkenal di kalangan para mahasiswa.

#### **D. Kesimpulan**

Setiap manusia mempunyai berbagai cara dalam pemenuhan kebutuhan mereka. Seperti dalam pemetaan kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Bagi mahasiswa UNM asal Sampaga, Mamuju Sulawesi Barat melakukan pemetaan dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari mereka. Dengan cara, mereka mampu membagi antara pengeluaran kebutuhan primer, sekunder dan tersiernya. Cara mahasiswa dalam melakukannya sendiri untuk membiayai kehidupan mereka dengan mencari biaya tambahan selain biaya hidup yang diberikan dari orang tua mereka. Meskipun mereka sadar bahwa terkadang biaya tunggangan yang diberikan kepada orang tuanya tidak akan cukup untuk merealisasikan sebuah hasrat mereka untuk tetap belanja, belanja dan berbelanja sepuasnya. Mereka menghalalkan berbagai cara untuk memenuhi hobi mereka agar terpenuhi keinginannya selain uang saku serta pendapatan dari pekerjaan sampingan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- A, A. K. (1999). *Remaja tentang Hedonisme: Kecil Bahagia, Mudah Foya-Foya, Tua Kaya Raya, Mati Masuk Surga*. Yogyakarta: PT. Kanisius.

- Adlin, A. (2006). *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Amrin, R. (2009). *Shopping Saurus*. Yogyakarta: DIVA Press.
- B, A. S. (2001). *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*. Jakarta: Kompas.
- Chaney, D. (2003). *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komperhensif*. Yogyakarta & Bandung: Jalasutra.
- Douglas, M. 1970. *Natural Symbols: Explorations in Cosmology*. Barrie & Rockliff: London.  
-----dan Isherwood. B. 1979. *The World of Goods: Towards an Antropology of Consumption*. Alien Lane: London.
- Esti, I. (2012). *Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Yogyakarta: Ombak.
- Esti, I. (2012). *Modern, Posmodern, dan Poskolonial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Fuhrman, B. (19990). *Adolescence adolescents Illions Scott* . Foresman/Little: Higher Education.
- Featherstone Mike. 1991. *Postmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta. Pustaka Belajar.
- Gunawan Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- H, A. C. (2016). *Perilaku & Budaya Organisasi*. Yogyakarta: Ombak.
- H, B. S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif* . Surakarta: Jurusan Seni Rupa UNS.
- Hornby, A. (2000). *Vanced Learner;s Dictionary of Current English*. London: Oxford Universitas Press.
- Howard, H. K. (1974). *Basic Psyehologyn*. Philipines: Benyamin/Cummings.
- Ibrahim, Anwar. 2003. *Sulesana, Kumpulan Esai Tentang Demokrasi dan Kearifan Lokal*. Makasar: Lembaga Penerbitan Universitas Hasanuddin (Lephas).
- Keller, K. L., & Philip, d. K. (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi I & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Koentjaraningrat. (1993). *Metode-metode Penelitian Masyarakat (Edisi Ketiga)* . Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Koentjaraningrat. (n.d.). *Metode-metode Penelitian Masyarakat (Edisi Ketiga)*.
- Kutha Ratna Nyoman. 2010. *Metode Penelitian (Kajian Ilmu Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.

- Masmuadi, A. Rachmawati, A. M. 2007. Hubungan Antara Konsep Diri dengan kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja. *Naskah Publikasi*. Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Nanang, M. (2018). *Sosiologi Perebuhan Sosial: Perspektif Klasik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nugroho, D. H. (2001). *Negara Pasar dan Keadilan Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Oxford, A. (2006). *Advanced Learner's Dictionary of Current English*. London: Oxford University Press.
- Rahim, H. A. Rahman. 1992. *Nilai-nilai Utama Kebudayaan Bugis*. Ujung Pandang: Hasanuddin University Press.
- Sihabudin, H. A. (2017). *Komunikasi Antarbudaya Satu Perspektif Multidimensi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Koentjaraningrat. (1990). *Sejarah Teori Antropologi II*. Jakarta: UI-Press. Hlm: 5.
- Teguh, T. (2015). *Pengantar Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ujang, S. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indo.
- Ugi Suharto. 2003. *Paradigma Ekonomi Konvensional dalam Sosialisasi Ekonomi, Makalah*. Jakarta: FEUL.
- Warsito, H. R. (2012). *Antropologi Budaya*. Yogyakarta: Ombak.
- Wattimena, R. A. (2006). *Tentang Manusia (Dari Pikiran, Pemahaman, sampai dengan Perdamaian Dunia*. Yogyakarta: Ombak.
- Widyosiswoyo & Hariwijaya Soewandi. 1991. *Ilmu Alamiah Dasar*. Ghalia Indonesia: Jakarta Timur.
- Zubaedi. (2013). *Pengembangan Masyarakat: Wacana dan Praktik*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Kutha Ratna Nyoman. 2010. *Metode Penelitian (Kajian Ilmu Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora Pada Umumnya)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Gunawan Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif dan Praktik*. Jakarta: Bumi Aksara.

**ALLIRI: JOURNAL OF ANTHROPOLOGY**  
**Volume 3 (2) Desember 2021**

**pISSN: 2684-9925**  
**eISSN: xxxx-xxxx**