

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP GAYA
HIDUP HEDONISME MAHASISWA MUSLIM
GENERASI Z: STUDI PADA MAHASISWA FIAI UII
YOGYAKARTA**

ACC Munaqosah
10 April 2026



Dr. Nuhammad Roy Purwanto, M.Ag



Disusun Oleh:
Ahmad Faruq Ilham Al Hasyimi
NIM: 22421024

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Hukum Keluarga Islam (Ahwal Syakhshiyah)
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

**YOGYAKARTA
2026**

**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP GAYA
HIDUP HEDONISME MAHASISWA MUSLIM
GENERASI Z: STUDI PADA MAHASISWA FIAI UII
YOGYAKARTA**



Disusun Oleh:
Ahmad Faruq Ilham Al Hasyimi
NIM: 22421024

Pembimbing:
Dr. Muhammad Roy Purwanto, S.Ag., M.Ag.

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Hukum Keluarga Islam (Ahwal Syakhsiyah)
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Hukum

**YOGYAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Ahmad Faruq Ilham Al Hasyimi
NIM : 22421024
Program Studi : Ahwal Syakhshiyah
Fakultas : Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Gaya
Hidup Hedonisme Mahasiswa Muslim
Generasi Z: Studi Pada Mahasiswa FIAI
UII Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasilannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan Skripsi ini merupakan hasil plagiat atau pejiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 09 April 2026

Yang menyatakan,

Ahmad Faruq Ilham Al-Hasyimi



FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4371
F. (0274) 898403
E. fas@uii.ac.id
W. fas.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Hukum Keluarga (Ahwal Al-Syakhshiyah) yang dilaksanakan pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 29 April 2026
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Hukum Islam terhadap Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Muslim Generasi Z: Studi pada Mahasiswa FIAI UII Yogyakarta
Nama : AHMAD FARUQ ILHAM AL HASYIMI
Nomor Mahasiswa : 22421024

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Hukum Keluarga (Ahwal Al-Syakhshiyah) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI

Ketua/Pembimbing
Dr. Muhammad Roy Purwanto, S.Ag, M.Ag

()

Penguji 1
Dr. Anisah Budiwati, SHL, MSI.

()

Penguji 2
Fuat Hasanudin, Lc., MA

()

Yogyakarta, 30 April 2026
Fakultas Ilmu Agama Islam




Dr. Drs. Asmuni, MA

NOTA DINAS

Hal : Tugas Akhir
Kepada : Yth. Ketua
Program Studi Ahwal Al-Syakhshiyah
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan penunjukan Ketua Program Studi Ahwal Al-Syakhshiyah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan nomor surat : 235/Kaprodi/10/DAATI/FIAI/IV/2026 tanggal 09 April 2026. Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara:

Nama : AHMAD FARUQ ILHAM AL HASYIMI
No. Mahasiswa : 22421024
Program Studi : Hukum Keluarga (Ahwal Al-Syakhshiyah)
Tahun Akademik : 2025/2026
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Hukum Islam terhadap Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Muslim Generasi Z: Studi Pada Mahasiswa FIAI UII Yogyakarta

Setelah kami teliti dan diadakan perbaikan seperlunya akhirnya kami nyatakan tugas akhir mahasiswa tersebut memenuhi syarat untuk diajukan ke Sidang Munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Demikian, semoga tugas akhir mahasiswa tersebut dapat dilanjutkan ke Sidang Munaqasah.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dosen Pembimbing



Dr. Muhammad Roy Purwanto, S.Ag., M.Ag

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi berjudul : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Gaya
Hidup Hedonisme Mahasiswa Muslim
Generasi Z: Studi Pada Mahasiswa FIAI
UII Yogyakarta
Ditulis Oleh : Ahmad Faruq Ilham Al Hasyimi
NIM : 22421024
Program Studi : Hukum Keluarga (Ahwal Syakhshiyah)

Disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi Hukum Keluarga
(Ahwal Syakhshiyah) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 10 April 2026
Pembimbing,



Dr. Muhammad Roy Purwanto, S.Ag., M.Ag.

MOTTO

Sungguh beruntung orang yang telah masuk Islam, diberi rezeki yang cukup, dan diberi sifat qana'ah atas apa yang Allah karuniakan kepadanya." (HR. Muslim).¹

¹ Kamaludin Munawir, "QANAAH: Karakter Muslim Yang Pandai Bersyukur," *UIN Alauddin Makassar* (Makassar), t.t., diakses 8 April 2026, <https://uin-alauddin.ac.id/tulisan/detail/qanaah--karakter-muslim-yang-pandai-bersyukur-1024#:~:text=%22Sungguh%20beruntung%20orang%20yang%20telah,Muslim%20>

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN
KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA
Nomor: 158 Tahun 1987
Nomor: 0543b//U/1987

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab yang dimaksud dan transliterasinya dengan huruf latin:

Tabel 0.1: Tabel Transliterasi Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
------------	------	-------------	------

أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Śa	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Żal	ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er
ز	Zai	z	zet
س	Sin	s	es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Şad	ş	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef

ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ل	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	‘	apostrof
ي	Ya	y	ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau *monoftong* dan vokal rangkap atau *diftong*.

1. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tabel 0.2: Tabel Transliterasi Vokal Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	a	a
ـِ	Kasrah	i	i
ـُ	Dammah	u	u

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tabel 0.3: Tabel Transliterasi Vokal Rangkap

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...يْ	Fathah dan ya	ai	a dan u
...وَّ	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَاعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Tabel 0.4: Tabel Transliterasi *Maddah*

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
...آ...إ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas

...يَ	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
...وُ	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

- رَوْضَةُ الْطِفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl

- الْمَدْيَنَةُ الْمُنَوَّارَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatu munawwarah
- طَلْحَة talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرَّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَتَّخِذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- أَنْ. an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ وَهُوَ الرّٰزِقُفِي Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَرَاهَا وَ مَرَسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِي Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- إِلَهِ الْمُؤْمِنِينَ Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

ABSTRAK

TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP GAYA HIDUP HEDONISME MAHASISWA MUSLIM GENERASI Z: STUDI PADA MAHASISWA FIAI UII YOGYAKARTA

Ahmad Faruq Ilham Al Hasyimi
22421024

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis fenomena gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim Generasi Z di Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) Universitas Islam Indonesia (UII) dan meninjau dari perspektif hukum Islam. Metode yang digunakan adalah penelitian lapangan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap Mahasiswa FIAI UII, observasi non-partisipatif, dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi, validasi, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan orientasi dalam gaya hidup mahasiswa yang lebih mengutamakan gengsi dan eksistensi digital dibandingkan utilitas. Praktik ini ditunjukkan melalui budaya nongkrong di kafe estetik hingga pembelian barang secara impulsif. Faktor internal seperti mencari jati diri dan kurangnya literasi finansial, serta faktor eksternal berupa adanya tekanan lingkungan dan paparan sosial media menjadi faktor utama yang mendorong perilaku tersebut. Dilihat dari hukum Islam, perilaku ini menandakan adanya pengabaian terhadap skala prioritas di mana kebutuhan pelengkap (*tahsiniyah*) dipaksakan hingga melampaui kebutuhan pokok (*dharuriyah*). Pada hal ini, diklasifikasikan sebagai bentuk perilaku pemborosan (*tabdzir*) dan berlebih-lebihan (*israf*) yang bertentangan dengan prinsip menjaga harta (*hifz al-mal*) dalam *Maqashid al-Syari'ah*. Kesimpulannya, gaya hidup hedonis mahasiswa Muslim Generasi Z menimbulkan krisis identitas spiritual dan konflik batin akibat ketidaksesuaian tuntutan modernitas dengan prinsip kesederhanaan dalam ajaran Islam.

Kata kunci: *Gaya Hidup Hedonisme, Mahasiswa, Hukum Islam, Generasi Z.*

ABSTRACT
A REVIEW OF ISLAMIC LAW ON THE HEDONISTIC LIFESTYLE
AMONG GENERATION Z MUSLIM STUDENTS: A STUDY OF
STUDENTS AT THE FACULTY OF ISLAMIC STUDIES (FIAI), UII
YOGYAKARTA

Ahmad Faruq Ilham Al Hasyimi
22421024

The objective of this present study is to analyze the phenomenon of hedonistic lifestyles among Generation Z Muslim students at the Faculty of Islamic Religious Studies (FIAI) of Universitas Islam Indonesia (UII) and examine it from the perspective of Islamic law. The method employed is qualitative field research with data collection techniques including in-depth interviews with FIAI UII students, non-participatory observation, and documentation. Data analysis was conducted through the stages of reduction, validation, and drawing conclusions.

Research findings indicate a shift in students' lifestyles, with a greater emphasis on social status and digital presence rather than practical utility. This trend is evident in practices from hanging out at aesthetically pleasing cafes to making impulsive purchases. Internal factors such as the search for identity and a lack of financial literacy, along with external factors such as peer pressure and exposure to social media, are the primary drivers of this behavior. From an Islamic legal perspective, this behavior indicates a disregard for the hierarchy of priorities, where non-essential needs (*tahsiniyah*) are prioritized to the point of exceeding basic necessities (*dharuriyah*). In this context, it is classified as a form of wasteful behavior (*tabdzir*) and extravagance (*israf*), which contradicts the principle of safeguarding wealth (*hifz al-mal*) within Maqashid Sharia. In conclusion, the hedonistic lifestyle of Generation Z Muslim students leads to a spiritual identity crisis and inner conflict due to the incompatibility of the demands of modernity with the principle of moderation in Islamic teachings.

Keywords: Hedonistic Lifestyle, College Students, Islamic Law, Generation Z

April 10, 2026

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA
Phone/Fax: 0274 540 255

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alam, segala puji dan syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang memiliki apa yang ada di langit dan apa yang di bumi dan bagi-Nya segala puji di akhirat, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Tak lupa salawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad Shallallahu 'alaihi Wassalam, yang telah membawa cahaya Islam dan membimbing umat dari kebodohan menuju ilmu pengetahuan.

Skripsi ini diajukan kepada Program Studi Hukum Keluarga Islam (Ahwal Syakhshiyah) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum. Skripsi ini berjudul: **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Muslim Generasi Z: Studi Pada Mahasiswa FIAI UII Yogyakarta”**.

1. Bapak Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia. Penulis menyampaikan terima kasih yang tulus atas kepemimpinan yang visioner serta segala dedikasi atas kebijakan strategis dalam menjaga mutu akademik dan penyediaan fasilitas kampus yang sangat menunjang kelancaran studi penulis.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A. Selaku Dekan FIAI, terimakasih atas arahan serta kebijakan fakultas yang memberikan kenyamanan dan kelancaran dalam proses pembelajaran.

3. Bapak Muhammad Najib Asyrof, S.Pd.i., Lc., M.Ag. Selaku Kaprodi Hukum Keluarga, terima kasih telah memberikan segala ilmu yang bermanfaat, nasihat, serta bimbingan yang sangat berharga bagi penulis selama menempuh perkuliahan.
4. Bapak Dr. Muhammad Roy Purwanto, S.Ag., M.Ag. Selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas segala arahan serta bimbingan selama ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar.
5. Kepada kedua orang tua tercinta Bapak Hasyim dan Ibu Eni. Terima kasih atas segala bentuk dukungan dan pengorbanan yang tiada henti, yang tak pernah lupa dalam mendoakan, yang tak mengenal rasa lelah dalam mengusahakan dan dukungan secara moral maupun finansial, yang selalu menjadi pilar terkuat dalam hidup penulis. Tanpa adanya dukungan dan doa, skripsi ini mustahil dapat terselesaikan. Segala perjuangan kalian dalam mendidik serta membesarkan penulis dengan penuh kesabaran dan kasih sayang tidak akan pernah bisa terbalaskan oleh apapun. Semoga bapak dan ibu diberikan kesehatan dan umur yang panjang agar bisa menyaksikan kesuksesan anaknya di masa yang akan datang.
6. Kepada kedua kakak Mas Mufid dan Mbak Nabila yang selalu memberikan dukungan penuh demi kelancaran penulis dalam masa studi. Terima kasih telah menjadi sosok yang setiap saat bisa selalu diandalkan, rasa terima kasih dan juga hormat penulis sampaikan atas pengorbanan dan bantuan materiil yang selalu kalian berikan demi kelancaran masa studi penulis. Segala doa baik penulis panjatkan kepada dua sosok kakak semoga segala hal baik selalu datang

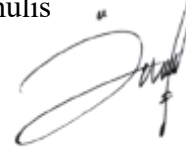
kepada kalian, diberikan rezeki yang mengalir dan halal berkali lipat, semoga skripsi ini menjadi bentuk dari dukungan yang kalian berikan selama ini.

7. Penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh sanak saudara, teman-teman, sahabat, dan adik-adik yang namanya tidak bisa penulis cantumkan satu persatu. Terima kasih atas segala dukungan dan kesetiaan dalam menemani penulis selama masa studi hingga akhir, besar harapan penulis semoga segala dedikasi dan hal baik yang kalian berikan dan lakukan, diberikan balasan yang berkali lipat, diberikan kesehatan dan umur yang panjang, diberikan kesuksesan dalam segala hal yang kalian inginkan.
8. Terima kasih juga kepada marapthon yang dimana merupakan segmen siaran langsung yang dibuat oleh seorang youtuber bernama Reza Arap dan teman-temannya yang dilakukan dalam jangka waktu lama, karena sudah menjadi platform yang menghibur ketika penulis sedang merasa kesepian. Semoga segala hal baik menyertai mereka.
9. Kepada seseorang yang namanya masih tertulis rapi dalam rahasia-Nya di Lauhul Mahfudz. Pada saat ini, penulis hanya bisa memantaskan diri sebaik-baiknya, berikhtiar, dan berdoa. Karena pada akhirnya, apabila waktunya telah tiba penulis telah menjadi versi terbaik yang siap melangkah. Penulis percaya apa yang telah ditetapkan maka tidak akan menjadi milik orang lain.
10. Untuk diri ini, terima kasih telah berjuang sejauh ini dan bertahan di setiap rintangan yang dihadapi. Skripsi ini merupakan bukti nyata atas kerja keras dan ketekunan selama menjalankan masa studi yang sangat singkat ini. Besar harapan kepada diri ini agar selalu berdiri tegak di tengah badai keraguan, dan

berani melangkah di setiap kesempatan yang akan datang untuk meraih kesuksesan.

Yogyakarta, 8 April 2026

Penulis

A handwritten signature in black ink, featuring a large, stylized initial 'A' followed by the name 'Ahmad Faruq Ilham Al Hasyimi' in a cursive script.

Ahmad Faruq Ilham Al Hasyimi

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER LUAR	i
HALAMAN COVER DALAM.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
NOTA DINAS.....	v
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	vi
MOTTO.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vii
ABSTRAK.....	xvii
<i>ABSTRACT</i>.....	xvii
KATA PENGANTAR	xviii
DAFTAR ISI.....	xxiii
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematika Pembahasan	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI	9
A. Kajian Pustaka	9
B. Kerangka Teori.....	18
1. Teori Masyarakat Konsumeris	18
2. Teori Hedonisme	19
3. Teori Generasi	20
4. Teori Maqashid al- Syari'ah (al-Mukallaf)	22
BAB III. METODE PENELITIAN.....	24
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	24
B. Lokasi Penelitian	24
C. Sumber Data	25
1. Data Primer.....	25

2. Data Sekunder	25
D. Metode Pengumpulan Data	25
1. Wawancara	26
2. Dokumentasi.....	26
3. Observasi	26
E. Metode analisis data	27
1. Editing	27
2. Reduksi Data	28
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
A. Bentuk dan Praktik Gaya Hidup Hedonis Yang Muncul Di Kalangan Mahasiswa Muslim Generasi Z Di Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta.....	30
B. Faktor internal dan eksternal yang mendorong terjadinya perilaku hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim FIAI UII Yogyakarta.....	37
C. Tinjauan hukum Islam terhadap perilaku konsumtif, pemborosan (israf), dan gaya hidup berlebihan (tabdzir) yang dilakukan oleh mahasiswa Muslim FIAI UII Yogyakarta?	42
BAB V. PENUTUP	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	62
<i>CURRICULUM VITAE</i>	64

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di tengah arus globalisasi dan revolusi digital, gaya hidup mahasiswa telah mengalami transformasi yang cukup besar. Kampus-kampus di Yogyakarta, seperti Universitas Islam Indonesia (UII), telah berevolusi menjadi lingkungan sosial di mana kehidupan urban dan budaya konsumerisme menyatu dalam kehidupan sehari-hari. Narasi umum di kalangan mahasiswa mencakup kisah-kisah tentang “berbelanja sebagai sarana pelepas stres,” “mengikuti tren untuk menghindari keusangan,” dan “membeli barang bukan karena kebutuhan, tetapi untuk mempertahankan rasa relevansi.” Gaya hidup ini secara tidak langsung mencerminkan perwujudan hedonisme, yang memprioritaskan kesenangan sementara di atas nilai-nilai fundamental, termasuk spiritualitas.²

Mahasiswa, sebagai kumpulan kaum intelektual, seharusnya berperan sebagai agen perubahan dan teladan gaya hidup yang sederhana dan bertanggung jawab. Namun demikian, realitas sosial yang berkembang menunjukkan tren yang bertolak belakang. Semakin banyak mahasiswa yang

² Fauzi Mulyono et al., “PENGARUH GAYA HIDUP HEDON, KUALITAS PRODUK, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA LISTRIK DI KOTA JUWANA,” *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)* 17, no. 3 (November 9, 2024): 1125–39, <https://doi.org/10.35508/jom.v17i3.17092>.

menganut gaya hidup konsumtif, terutama ditandai dengan pengeluaran yang cukup besar untuk kebutuhan gaya hidup, termasuk barang-barang fashion dan aksesoris penunjang penampilan.

Fenomena ini sekarang tidak hanya menunjukkan perilaku konsumsi tetapi juga berperan dalam pembentukan identitas dan ekspresi sosial. Sejumlah besar mahasiswa mendedikasikan sebagian besar uang saku bulanan mereka untuk membeli produk yang sering kali didorong oleh keinginan untuk relevansi, mode, dan penerimaan sosial daripada kebutuhan mendasar. Tren ini didukung oleh penyebaran informasi melalui media sosial, paparan terhadap kehidupan influencer digital, dan tekanan implisit dari iklim kampus yang mengevaluasi individu berdasarkan penampilan luar mereka.

Kondisi ini menunjukkan adanya transformasi dalam interpretasi konsumsi di kalangan mahasiswa, beralih dari pemuasan kebutuhan menjadi upaya yang bertujuan untuk membangun citra diri. Situasi ini menciptakan kebingungan nilai di kalangan mahasiswa Muslim, karena hal ini dapat melanggar prinsip Islam tentang kesederhanaan dan menghindari kelebihan. Fenomena ini tidak hanya mencakup dimensi ekonomi tetapi juga meluas ke tingkat psikologis dan spiritual.³

Konsep hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim di UII menghadirkan kontradiksi yang menarik untuk diteliti lebih lanjut. Ajaran Islam menganjurkan hidup sederhana, zuhud, dan menjauhkan diri dari hasrat

³ Delonix Regia Pawestri and Annisa Warastri, "Hubungan Kontrol Diri Dan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa Laki-Laki Di Yogyakarta," *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development* 7, no. 1 (November 25, 2024): 339–54, <https://doi.org/10.38035/rrj.v7i1.1195>.

materialistis. Sebaliknya, banyak mahasiswa yang menganggap kepemilikan barang-barang mewah sebagai tolok ukur pencapaian dan kepercayaan diri. Paradoks ini menggambarkan kekurangan makna yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui data statistik atau penilaian kuantitatif.

Banyak penelitian yang menggunakan metode kuantitatif untuk menilai sejauh mana gaya hidup hedonis mempengaruhi perilaku konsumen atau pilihan pembelian. Namun demikian, hanya sedikit yang menyelidiki bagaimana mahasiswa memahami konsep hedonisme dalam kaitannya dengan pengalaman hidup, keyakinan agama, dan konflik internal mereka. Pendekatan kualitatif yang menggunakan perspektif fenomenologis sangat penting untuk memahami subjektivitas individu-khususnya, bagaimana mereka menginterpretasikan konsumsi, kesenangan, keinginan, dan hubungannya dengan prinsip-prinsip Islam.

Dalam konteks ini, penting untuk melihat bagaimana mahasiswa UII, sebagai representasi dari kaum intelektual muslim, mengelola gaya hidup hedonis dalam kesehariannya. Apakah perilaku konsumtif hanya semacam adaptasi terhadap lingkungan sosial? Ataukah hal tersebut menandakan semakin parahnya krisis spiritual? Emosi, pikiran, dan pengalaman apa yang mereka hadapi ketika tenggelam dalam budaya konsumtif yang tampaknya bertentangan dengan cita-cita Islam yang telah diajarkan kepada mereka?

Kekhasan dan kerumitan dari fenomena ini memerlukan penyelidikan lebih lanjut, tidak hanya untuk memahami gaya hidup mahasiswa, tetapi juga untuk memberikan perspektif baru dalam wacana etika konsumsi dalam Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan makna subjektif gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa UII dengan menggunakan metodologi kualitatif, sekaligus mengkaji ada tidaknya nilai-nilai agama dalam perilaku mereka sehari-hari.⁴

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk dan praktik gaya hidup hedonis yang muncul di kalangan mahasiswa Muslim Generasi Z di Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta?
2. Apa saja faktor internal dan eksternal yang mendorong terjadinya perilaku hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim FIAI UII Yogyakarta?
3. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap perilaku konsumtif, pemborosan (israf), dan gaya hidup berlebihan (tabdzir) yang dilakukan oleh mahasiswa Muslim FIAI UII Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara menyeluruh dan kritis fenomena gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa Muslim Generasi Z, khususnya di lingkungan Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta. Tujuan ini dirinci melalui beberapa komponen strategis yang saling berhubungan sebagai berikut:

⁴ Ella Anastasya Sinambela, Jahroni Jahroni, and Samsul Arifin, "Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Kepercayaan, Dan Pengalaman Terhadap Niat Kunjung Kembali Ace Hardware," *Jurnal Simki Economic* 6, no. 2 (July 2, 2023): 463–74, <https://doi.org/10.29407/jse.v6i2.388>.

1. Untuk mendefinisikan dan menggambarkan secara menyeluruh manifestasi spesifik dari praktik gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa Muslim Generasi Z di FIAI UII, termasuk kegiatan sehari-hari, preferensi konsumsi, penggunaan media sosial, dan kegiatan di waktu luang. Penelitian ini berusaha untuk menjelaskan manifestasi hedonisme dalam perilaku aktual mahasiswa, terutama dalam definisi mereka tentang kesenangan, kenyamanan, dan kepuasan dalam kerangka sosio-kultural sekolah berbasis nilai-nilai Islam. Penelitian ini akan menyelidiki aspek simbolik dari gaya hidup hedonis yang dimanifestasikan dalam presentasi diri siswa di depan umum dan digital, serta pengaruhnya terhadap identitas sosial dan spiritual mereka.
2. Mengkaji elemen-elemen penentu yang mendorong pembentukan dan penguatan orientasi hidup hedonis di kalangan mahasiswa Muslim di FIAI UII, dengan mengevaluasi interaksi dinamis antara aspek-aspek internal dan eksternal yang saling mempengaruhi. Elemen internal meliputi ciri-ciri kepribadian, pandangan hidup, pencarian eksistensi dan pengakuan sosial, serta tahap perkembangan psikososial remaja akhir yang rentan terhadap pencarian identitas diri. Variabel eksternal mencakup dampak lingkungan sosial, budaya populer, media digital, tekanan sosial-ekonomi, serta pengaruh keluarga dan institusi pendidikan terhadap perilaku konsumsi dan nilai-nilai kehidupan siswa. Pendekatan ini bertujuan untuk mencapai pemahaman yang komprehensif tentang

dasar-dasar sosiologis dan psikologis dari kehidupan hedonis di kalangan mahasiswa Muslim dalam konteks kontemporer.

3. Penelitian ini menganalisis perilaku konsumtif, pemborosan (*isrāf*), dan gaya hidup berlebihan (*tabdzīr*) mahasiswa Muslim di FIAI UII baik dari perspektif normatif maupun kontekstual dalam hukum Islam, yang bertujuan untuk melihat sejauh mana perilaku tersebut sejalan atau bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam yang menganjurkan kesederhanaan (*wasatiyyah*), tanggung jawab sosial, dan pemanfaatan kekayaan secara etis. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengevaluasi konsep-konsep hukum normatif, tetapi juga untuk merumuskan interpretasi kontekstual yang sesuai dengan konteks sosial kontemporer. Oleh karena itu, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pembentukan etika konsumsi Islam dan berfungsi sebagai nilai dasar dalam membentuk gaya hidup mahasiswa yang lebih sesuai dengan Hukum Islam.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memajukan studi interdisipliner antara disiplin ilmu sosial-keagamaan, khususnya dalam hukum Islam dan sosiologi agama. Penelitian ini meningkatkan wacana akademis tentang kehidupan hedonis di kalangan mahasiswa Muslim dan memperluas pemahaman tentang pentingnya ajaran Islam dalam mengatasi masalah yang ditimbulkan oleh

gaya hidup kontemporer, konsumtif, dan materialistis. Penelitian ini juga memfasilitasi eksplorasi lebih lanjut mengenai dinamika identitas keagamaan Generasi Z di dalam pendidikan tinggi Islam.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini berfungsi sebagai refleksi substansial bagi mahasiswa Muslim, khususnya di lingkungan Fakultas Ilmu Agama Islam di Universitas Islam Indonesia, dalam menilai orientasi hidup dan pola konsumsi mereka agar lebih sesuai dengan cita-cita moderasi Islam. Temuan penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi para pendidik, administrator akademik, dan profesional kemahasiswaan dalam mengembangkan strategi pendidikan yang menangani masalah gaya hidup mahasiswa, termasuk peningkatan nilai-nilai spiritual, etika Islam, dan kesadaran sosial yang kritis. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para pembuat kebijakan kampus dalam mengembangkan metode peningkatan karakter mahasiswa yang didasarkan pada cita-cita Islam yang inklusif dan kontekstual.

E. Sistematika Pembahasan

Bab I Pendahuluan, bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah yang menjadi dasar pemikiran dilaksanakannya penelitian, rumusan masalah yang akan dijawab dalam penelitian, tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian dari sisi teoretis dan praktis, tinjauan pustaka

ringkas, definisi operasional, dan sistematika pembahasan skripsi secara keseluruhan.

Bab II Kajian Pustaka dan Kerangka Teori, kajian Pustaka memuat penelitian-penelitian serupa yang diteliti oleh peneliti terdahulu. Sedangkan Kerangka teori berisikan teori-teori apa saja yang mendukung topik pembahasan, teori ini dimaksud untuk menguraikan konsep, prinsip, teori dan berbagai uraian lain yang relevan dengan permasalahan yang menjadi topik penelitian.

Bab III Metode Penelitian, bab ini menjelaskan pendekatan dan jenis penelitian, metode yang digunakan, lokasi dan subjek penelitian, teknik pengumpulan data (seperti wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi), teknik analisis data kualitatif (seperti model Miles dan Huberman), serta langkah-langkah keabsahan data (validitas, triangulasi, dan kredibilitas).

Bab IV Hasil dan Pembahasan, berisikan hasil penelitian yang membahas profil objek penelitian, data penelitian, hasil wawancara, serta pembahasan.

Bab V Kesimpulan dan Saran, bab ini merupakan akhir dari skripsi yang berisi Kesimpulan dan saran. Kesimpulan akan merangkum jawaban dari rumusan masalah serta memberikan saran-saran yang bermanfaat bagi peneliti masa yang akan datang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

A. Kajian Pustaka

1. Gaya Hidup Hedonisme pada Mahasiswa Generasi Z

Istilah "gaya hidup hedonis" menggambarkan kecenderungan orang untuk mencari kebahagiaan dan pemenuhan materi sebagai prioritas utama mereka. Menurut Kasali (2003), mereka yang mengutamakan gaya hidup hedonis lebih cenderung impulsif, dipengaruhi oleh emosi, dan senang menghabiskan uang untuk kesenangan mereka sendiri. Perilaku konsumtif, mengikuti tren gaya hidup digital, dan mengejar eksistensi sosial melalui media sosial dan simbol status merupakan ciri-ciri umum hedonisme di kalangan mahasiswa.

Sebagai generasi mahasiswa saat ini, Generasi Z hidup di masa kapitalisme budaya dan digitalisasi, yang telah menjadikan konsumsi sebagai bagian utama dari diri mereka. Hal ini membuat mereka lebih rentan terhadap dampak gaya hidup hedonis, seperti membeli barang-barang yang tidak perlu, mengikuti tren mode, dan mengunjungi tempat hiburan untuk tujuan eksistensial. Menurut sebuah survei, beberapa

mahasiswa bahkan siap untuk menghabiskan lebih dari setengah uang saku mereka untuk membeli barang-barang yang tidak perlu.⁵

2. Pengaruh Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa

Kesejahteraan psikologis mahasiswa dipengaruhi oleh kehidupan hedonis selain kebiasaan konsumtif mereka. Menurut sebuah penelitian, stres dapat disebabkan oleh tekanan untuk menjalani gaya hidup hedonis yang selalu berkembang, terutama bagi mahasiswa yang belum mandiri secara finansial. Selain itu, gaya hidup seperti ini menyebabkan perubahan nilai dari kebutuhan menjadi pemuasan keinginan dan validasi dari orang lain.

Kehidupan yang hedonis sering kali bertentangan dengan prinsip-prinsip ajaran Islam bagi pelajar Muslim. Sikap tawadhu' (rendah hati), qana'ah (merasa cukup), dan menghindari israf (berlebih-lebihan) adalah hal yang dianjurkan dalam ajaran Islam. Mahasiswa dapat mengalami konflik internal dan ambiguitas identitas agama sebagai akibat dari ketidakselarasan antara keyakinan agama mereka dan kebiasaan konsumsi yang berlebihan.⁶

⁵ Kartika Candra Kirana Hadi, Romi Adetio Setiawan, and Herlina Yustati, "Korelasi Antara Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Syariah," *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 8, no. 2 (September 1, 2024): 1220, <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1676>.

⁶ Ishlakhatus Sa'idah et al., "Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa: Bagaimana Kontribusi Kontrol Diri Dan Konformitas Teman Sebaya?," *Edu Consilium : Jurnal Bimbingan Dan Konseling Pendidikan Islam* 5, no. 2 (September 13, 2024): 48–60, <https://doi.org/10.19105/ec.v5i2.15056>.

3. Tinjauan Gaya Hidup Hedonis dalam Hukum Islam

Menurut hukum Islam, perilaku konsumtif yang tidak didorong oleh kebutuhan yang jelas dan mengakibatkan pemborosan atau israf yang tidak dianjurkan, dan bahkan dilarang jika menimbulkan kemudharatan. Al-Qur'an secara khusus memperingatkan agar tidak melakukan pemborosan, seperti yang tercantum dalam ayat 27 QS. Al-Isra: "Sesungguhnya orang-orang yang boros itu adalah saudara-saudara syaitan."

Sebagai salah satu dari lima hal pokok (ad-dharuriyat al-khams), menjaga harta juga ditekankan dalam konsep maqashid syariah (tujuan-tujuan syariah). Gagasan ini bertentangan dengan cara hidup hedonis yang menggunakan uang untuk memuaskan hasrat konsumsi. Oleh karena itu, dalam mengkaji hukum Islam, perlu mempertimbangkan nilai maslahat dan mafsadat yang dihasilkan dari perilaku mahasiswa Muslim yang menunjukkan kecenderungan hedonis.⁷

4. Kebutuhan Akan Studi Kualitatif dalam Konteks Keislaman Mahasiswa Mayoritas

Penelitian terdahulu mengenai hedonisme mengukur dampaknya terhadap tingkat stres atau keputusan pembelian dengan menggunakan

⁷ Aji Rama Prasetyo and Anik Lestari Andjarwati, "Analisis Gaya Hidup Hedonis, Harga, Dan Kualitas Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Di Era Pandemi Covid-19," *Jurnal Ilmu Manajemen* 9, no. 3 (July 12, 2021): 990–1001, <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p990-1001>.

metode kuantitatif⁸. Namun, metode ini belum memperhitungkan bagaimana mahasiswa Muslim menafsirkan gaya hidup hedonis dalam kaitannya dengan pengalaman hidup, makna spiritual, dan konflik antara identitas sosial dan agama. Interpretasi subjektif mahasiswa terhadap fenomena tersebut dapat dieksplorasi secara lebih menyeluruh dengan pendekatan kualitatif, terutama ketika dikombinasikan dengan metode fenomenologi.

Untuk melihat fenomena gaya hidup hedonis secara holistik, penelitian ini bertujuan untuk mengintegrasikan perspektif sosiologis, psikologis, dan teologis dengan menggunakan mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) UII sebagai subjek penelitian.

5. Bagaimana Literasi Keuangan Mempengaruhi Perilaku Mahasiswa

Salah satu faktor yang berkontribusi terhadap gaya hidup hedonis yang lazim adalah kurangnya literasi keuangan mahasiswa, menurut sebuah studi oleh Pratama dkk. (2022). Ketidakmampuan mahasiswa dalam memprioritaskan kebutuhan, membuat anggaran, dan mengendalikan kecenderungan konsumsi impulsif mereka memperkuat gaya hidup berbasis konsumsi. Tingkat ketergantungan mahasiswa terhadap pendapatan orang tua mereka tanpa pendekatan perencanaan

⁸ Albert Yohanes Axel Yoagnesto, Mohammad Fanani, and Lukman Aryoseto, "Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Tingkat Stres Pada Mahasiswi Kedokteran," *Plexus Medical Journal* 2, no. 1 (March 5, 2023): 32–39, <https://doi.org/10.20961/plexus.v2i1.461>.

keuangan pribadi yang dikembangkan dengan baik memperburuk keadaan.⁹

6. Pembelian Impulsif dan Pengaruh Media Sosial

Belanja impulsif, atau tindakan melakukan pembelian tanpa pertimbangan yang matang, adalah salah satu contoh bagaimana mahasiswa menunjukkan gaya hidup hedonis mereka. Telah dibuktikan bahwa platform media sosial seperti Instagram sangat mendorong perilaku seperti ini, terutama ketika influencer atau selebriti menggunakan visual yang menarik untuk memasarkan barang. Menurut sebuah studi oleh Aluwan & Rahmah (2021), perilaku pembelian impulsif mahasiswa meningkat secara signifikan oleh para superstar Instagram, dengan visibilitas dan daya tarik menjadi elemen utama yang berkontribusi. Fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial berfungsi sebagai agen sosial yang membentuk pola konsumsi mahasiswa, sehingga menghasilkan perilaku pembelian impulsif yang tidak sesuai dengan norma-norma etika konsumsi dalam Islam.¹⁰

7. Fenomena Hedonisme Mahasiswa dan Perspektif Islam

Tidak mungkin untuk memisahkan dinamika sosial dan pertumbuhan media digital dari gaya hidup hedonis yang melanda anak

⁹ Ikhtyar Pratama, Jumawan Jasman, and Saharuddin Saharuddin, "Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Orang Tua, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa," *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 5, no. 2 (September 25, 2022): 819–25, <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i2.1837>.

¹⁰ Nahda Kamila Aluwan and Dian Dwi Nur Rahmah, "Hubungan Peran Selebriti Instagram dengan Pembelian Impulsif Produk Fashion Pada Mahasiswa di Kota Samarinda," *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 9, no. 2 (June 26, 2021): 238, <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i2.5960>.

muda saat ini. Paradigma konsumsi telah berubah secara signifikan bagi siswa Generasi Z, yang tenggelam dalam informasi visual dan hidup di masa inovasi teknologi yang cepat. Konsumsi sekarang didorong oleh motivasi emosional, eksistensi sosial, dan afirmasi digital daripada kebutuhan. Menurut sebuah studi oleh Dafa (2022), mahasiswa sering menggunakan perilaku belanja impulsif dan hedonis sebagai cara untuk mendapatkan perhatian dari teman sebayanya dan sebagai cara untuk menghindari kendala sosial dan akademis.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pola konsumsi mahasiswa tidaklah netral dan berkorelasi kuat dengan budaya populer dan konstruksi sosial yang muncul. Gaya hidup seperti ini menghadirkan tekatki moral dan spiritual bagi mahasiswa Muslim. Di satu sisi, ajaran Islam sangat menekankan untuk menghindari *israf* (berlebih-lebihan), bersikap sederhana (*al-iqtishad*), dan mengendalikan hawa nafsu. Namun, realitas sosial menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa Muslim justru mengaburkan perbedaan antara kebutuhan dan keinginan dengan menggunakan konsumsi sebagai tolok ukur kesuksesan dan sarana pencitraan diri.¹¹

¹¹ MUHAMMAD, *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Pakaian Melalui E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Fisip Uin Syarif Hidayatullah Jakarta* (Jakarta: Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022).

8. Gaya Hidup, Konsumsi, dan Perspektif Islam terhadap Hedonisme Mahasiswa

Konsep mahasiswa yang menjalani gaya hidup hedonis menjadi semakin lazim seiring dengan kemajuan media sosial, teknologi, dan budaya visual yang berkembang pesat. Sebagai generasi digital, mahasiswa Generasi Z sering kali menggunakan konsumsi sebagai cara untuk mengekspresikan diri dan memproyeksikan diri mereka kepada orang lain. Dalam situasi ini, perilaku konsumsi difokuskan untuk membangun identitas, eksistensi, dan status sosial dalam lingkungan yang kompetitif, bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan.

Bahkan mahasiswa Muslim yang menempuh studi di lembaga pendidikan Islam pun rentan terhadap kehidupan yang hedonis dan konsumtif, menurut penelitian Amanda (2023). Bahkan setelah memperoleh pendidikan agama, beberapa mahasiswa tetap menempatkan prioritas tinggi pada kecantikan dan mengikuti tren konsumen yang tidak sesuai dengan ajaran Islam. Hal ini menyebabkan keterputusan antara prinsip-prinsip spiritual dan perilaku sehari-hari dan menggambarkan gejala batin yang dialami para siswa ketika mereka berusaha menyeimbangkan kewajiban mereka sebagai Muslim yang taat dan pribadi yang modern.¹²

¹² Malik Raka, "PENGARUH PROMOSI ISLAMI, KETERLIBATAN FASHION, DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN MEDIASI EMOSI POSITIF PADA PRODUK FASHION MUSLIM DI PENGGUNA E-COMMERCE GENERASI Z BANYUWANGI," August 8, 2023, <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/55404>.

9. Motivasi Belanja Hedonis dan Dampaknya terhadap Perilaku Mahasiswa Muslim

Gaya hidup baru yang berfokus pada pemenuhan emosional dan simbolis daripada kebutuhan praktis telah muncul sebagai hasil dari perubahan perilaku pembelian mahasiswa generasi Z di ranah digital. Munculnya insentif pembelian hedonis, yang merepresentasikan kecenderungan orang untuk menggunakan aktivitas konsumtif untuk mencari hiburan, kesenangan, dan status sosial, adalah salah satu contoh dari perubahan ini. Insentif pembelian hedonis berdampak besar pada pembelian impulsif generasi muda di platform e-commerce. Pembelian berdasarkan nilai dan dorongan untuk kesenangan emosional adalah dua contoh faktor yang mendorong perilaku konsumsi yang tidak rasional.

Nilai-nilai Islam, yang sangat menekankan pengendalian diri, kesederhanaan, dan kejelasan niat dalam semua tindakan konsumsi, mungkin bertentangan dengan praktik konsumen hedonis ini. Paradoks ini menjadi semakin penting bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) UII karena mereka dibentuk bukan hanya sebagai sarjana tetapi juga sebagai individu yang harus menghormati prinsip-prinsip Islam.¹³

¹³ Aditia Abdurachman et al., “Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Di E-Commerce Shopee Pada Generasi Milenial,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 11, no. 1 (April 30, 2023): 205–12, <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.2005>.

10. Gaya Hidup Hedonisme dalam Perspektif Sosial-Kultural Mahasiswa Generasi Z

Dalam sebuah analisis sosiologi sastra terhadap novel Antologi Rasa karya Ika Natassa, Inayatul Khoiriyah (2020) menjelaskan dengan sangat rinci tentang bagaimana para tokoh dalam karya tersebut mengadopsi gaya hidup hedonis sebagai cara untuk mengatasi tekanan hidup, menemukan makna hidup, dan melepaskan diri dari masalah-masalah emosional. Masyarakat metropolitan kelas menengah ke atas digambarkan melalui karakter seperti Keara dan Harris, yang rela menghabiskan banyak uang untuk memuaskan hasrat mereka untuk berbelanja, clubbing, dan liburan ke luar negeri tanpa memikirkan pentingnya manfaat sosial atau urgensi kebutuhan dasar.

Tiga komponen utama-aktivitas, minat, dan opini-digunakan dalam penelitian ini untuk mengkarakterisasi gaya hidup hedonis. Berbelanja produk mewah, makan makanan kelas atas, dan menghadiri tempat hiburan eksklusif adalah contoh kegiatan yang nyata. Keterikatan yang kuat pada hiburan mahal yang dipupuk sebagai semacam identitas diri tercermin dalam minat. Menurut beberapa sudut pandang, merasionalisasi konsumsi merupakan strategi mengatasi stres emosional (Khoiriyah, 2020). Hasil ini konsisten dengan realitas sosial mahasiswa Muslim di lingkungan metropolitan, khususnya yang kuliah di universitas

seperti FIAI UII Yogyakarta, yang lebih terpapar budaya hedonis sebagai akibat dari tekanan teman sebaya, media sosial, dan gaya hidup selebriti.¹⁴

B. Kerangka Teori

1. Teori Masyarakat Konsumeris

Gaya hidup yang disebut sebagai budaya konsumerisme diilustrasikan oleh gaya hidup hedonis. Budaya yang didorong oleh konsumsi ini suka mengonsumsi berbagai produk, mulai dari yang mereka butuhkan hingga yang hanya dibeli karena pengaruh eksternal. Jean P. Baudrillard adalah salah satu sosiolog dan postmodernis terkenal yang menulis tentang budaya konsumerisme ini.

Budaya konsumerisme dibahas dalam buku Baudrillard tahun 1998, *The Consumer Culture, Myths and Structures*. “Masyarakat saat ini telah mengubah nilai suatu objek yang dibeli,” katanya. Apa yang dulunya merupakan barang berguna yang benar-benar memenuhi kebutuhannya kini dianggap oleh orang sebagai penanda kelas sosial pembeli daripada memiliki nilai intrinsik atau nilai tukar. Produk yang dibeli dan dikonsumsi individu memiliki dampak signifikan terhadap posisi dan tempat mereka dalam masyarakat.¹⁵

¹⁴ Inayatul Khoiriyah, “Gaya Hidup Hedonis Tokoh-Tokoh Dalam Novel Antologi Rasa Karya Ika Natassa,” *Jurnal Sastra Indonesia* 9, no. 1 (April 3, 2020): 38–45, <https://doi.org/10.15294/jsi.v9i1.36005>.

¹⁵ Raodahtul, “Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Uin Walisongo Semarang Angkatan 2022 Dalam Prespektif Ekonomi Islam” (Semarang, Universitas Islam Negeri Walisongo, 2023), [https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/21524/1/1905026025_RAODAHTUL_FULL%20SKRIPS I%20-%20Putri%20Tarisa%20\(2\).pdf](https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/21524/1/1905026025_RAODAHTUL_FULL%20SKRIPS I%20-%20Putri%20Tarisa%20(2).pdf).

Jean Baudrillard telah menunjukkan bahwa nilai baru telah muncul dalam bentuk nilai simbolik. Apa yang kita beli sebenarnya adalah simbol yang tertanam dalam barang-barang konsumen, yang dibedakan semata-mata oleh pilihan yang dibuat oleh satu orang dibandingkan dengan orang lain. Misalnya, membeli pakaian, yang memenuhi kebutuhan dasar, mungkin dianggap memiliki nilai utilitarian. Namun, lingkungan sekitar pembelian pakaian menunjukkan bahwa perilaku ini melampaui tujuan dasar untuk memenuhi kebutuhan, sehingga mewakili makna simbolis bagi orang-orang yang terlibat dalam aktivitas tersebut.¹⁶

2. Teori Hedonisme

Teori hedonisme dalam ilmu perilaku menyatakan bahwa tujuan utama manusia adalah mengejar kesenangan dan menghindari ketidaknyamanan (rasa sakit). Dalam psikologi, konsep hedonisme psikologis menyatakan bahwa semua tindakan manusia, baik yang disadari maupun tidak disadari, bertujuan untuk mencapai kenikmatan emosional atau indrawi sekaligus meminimalisasi ketidaknyamanan atau penderitaan.

Dalam bidang ilmu konsumsi, hedonisme sejalan dengan gaya hidup yang mengutamakan dimensi kesenangan dari konsumsi; ia memandang perolehan barang atau jasa tidak hanya sebagai alat untuk

¹⁶ Giatun Nur, "Hedonisme Di Kalangan Ibu Rumah Tangga Desa Bukit Petaling Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu : Studi Kasus Melalui Pendekatan Teori Hedonisme Jean P. Baudrillard" (Riau, UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU, 2022).

memuaskan kebutuhan, tetapi juga sebagai sumber hiburan, manifestasi identitas, dan jalan bagi pemuasan indrawi dan pengalaman emosional.

Mujidin, Muhamat, dan Rustam (2022)¹⁷ mengkarakterisasi gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa sebagai pola perilaku yang menekankan kemewahan, kepuasan langsung, dan pemborosan, sebagaimana dinilai oleh skala hedonisme yang mereka ciptakan dalam penelitian mereka.

Mereka mengklaim bahwa mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang lebih rendah lebih rentan untuk mengadopsi gaya hidup seperti itu, sementara mereka yang memiliki kontrol diri yang lebih baik dapat mengurangi dorongan-dorongan tersebut.

Akibatnya, gagasan hedonisme menyatakan bahwa orang didorong oleh dorongan emosional dan inderawi untuk mencapai kesenangan. Teori ini menawarkan dasar untuk memeriksa proses seperti dorongan konsumtif dalam demografi mahasiswa.

3. Teori Generasi

Teori generasi, dalam bidang sosiologi dan psikologi generasi, adalah kerangka kerja konseptual yang menyatakan bahwa individu yang lahir dan dibesarkan pada periode waktu yang sama mengalami perkembangan sosial, budaya, dan teknologi yang serupa, sehingga menumbuhkan nilai, sikap, dan perilaku unik yang berbeda dari generasi

¹⁷ Mujidin M Mujidin, Hindriyati Muhamat, and Husnul Khotimah Rustam, "The Hedonistic Lifestyle among Students: Influence by Gratitude and Self-Control," *Journal of Educational, Health and Community Psychology* 11, no. 4 (December 28, 2022): 803, <https://doi.org/10.12928/jehcp.v11i4.24632>.

sebelumnya. Generasi Z, yang lahir antara tahun 1995 dan 2010, telah bertumbuh dewasa sebagai penduduk asli digital, yang terbiasa dengan masyarakat yang sangat dibentuk oleh media sosial, internet, dan kemajuan teknologi informasi yang signifikan.

Generasi ini memiliki pola sosialisasi nilai yang rumit, dipengaruhi oleh orang tua, pendidik, dan lingkungan digital yang mendorong koneksi global dan paparan terhadap norma-norma baru (Alfaruqy, 2022)¹⁸.

Gagasan generasi ini menyatakan bahwa fase formatif remaja dan dewasa awal sangat penting dalam mengembangkan identitas sosial, orientasi nilai, dan gaya hidup, termasuk perilaku konsumtif yang dikenal sebagai hedonisme.

Teori generasi menjelaskan kecenderungan gaya hidup hedonis yang terlihat di kalangan mahasiswa Muslim Generasi Z di FIAI UII, karena pertumbuhan mereka di lingkungan digital dan masyarakat konsumeris memengaruhi pembentukan identitas, persyaratan sosial, dan prinsip-prinsip agama mereka. Teori ini menjelaskan interaksi antara tekanan modernitas dan prinsip-prinsip Islam dalam kehidupan sehari-hari.

¹⁸ Muhammad Zulfa Alfaruqy, "GENERASI Z DAN NILAI-NILAI YANG DIPERSEPSIKAN DARI ORANGTUANYA," *PSYCHE: Jurnal Psikologi* 4, no. 1 (February 3, 2022): 84–95, <https://doi.org/10.36269/psyche.v4i1.658>.

4. Teori Maqashid al- Syari'ah (al-Mukallaf)

Konsep Maqashid al-Mukallaf, yang dikembangkan oleh Imam al-Syathibi menekankan bahwa keselarasan antara niat subjek hukum (mukallaf) dan tujuan Tuhan sangat penting untuk memastikan bahwa sebuah tindakan hukum dianggap sah. Dalam konteks *Hifz al-Mal*, yang berarti menjaga harta dianggap sebagai unsur dharuriyah atau kebutuhan penting yang harus dipenuhi melalui transaksi halal dan tidak boleh digunakan pada hal-hal yang batil. Menurut analisis al-Kulliyat al-Khamsah, sebuah tindakan ekonomi hanya dapat berfungsi dengan benar jika motivasi utamanya adalah untuk menciptakan kemaslahatan dan menghindari kemudharatan, bukan hanya untuk memuaskan hasrat konsumtif yang destruktif. *Hifz al-Mal* mewajibkan setiap orang untuk menghindari perilaku israf (berlebih-lebihan) dan tabdzir (pemborosan), karena tindakan ini bertentangan dengan prinsip keseimbangan risiko dan keuntungan dan merusak fungsi harta sebagai instrumen kesejahteraan holistik baik di dunia maupun akhirat.

Teori ini menjadi sangat penting untuk fenomena gaya hidup hedonisme mahasiswa Muslim Generasi Z di FIAI UII karena terjadi pergeseran fokus konsumsi dari memenuhi kebutuhan nyata ke mengejar simbol status dan validasi digital. Penggunaan uang untuk membeli barang mewah dan berbelanja secara impulsif menunjukkan kegagalan untuk memahami Maqashid al-Mukallaf. Ini menunjukkan bahwa niat yang mendasari konsumsi tidak lagi berfokus pada prinsip kesederhanaan

(*wasatiyyah*). Mahasiswa berada dalam lingkungan konsumtif yang mengaburkan perbedaan antara kebutuhan esensial (*dharuriyah*) dan keinginan pelengkap (*tahsiniyah*). Akibatnya, perilaku ini dianggap melanggar prinsip *Hifz al-Mal*. Pada akhirnya, kondisi ini menyebabkan krisis identitas spiritual yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam yang diajarkan di kampus. Ini membuat *Maqashid al-Syariah* menjadi pisau analisis kritis untuk menilai sejauh mana pola hidup ini telah menyimpang dari koridor kemaslahatan agama.¹⁹

¹⁹ Yabib Fikri Rambe dkk., “Maqashid Syariah Sebagai Tujuan Ekonomi Islam,” *Journal of Business Economics and Management* 01, no. 02 (2024).

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*), yang melibatkan investigasi langsung di lapangan untuk mengumpulkan informasi dan data aktual mengenai topik gaya hidup hedonis di kalangan mahasiswa. Penelitian ini berupaya untuk menyelidiki fakta-fakta, wawasan, dan pengalaman tentang topik tersebut secara komprehensif dengan keterlibatan langsung di lokasi penelitian.

Metodologi yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yang dirancang untuk memahami makna subjektif dari perilaku sosial mahasiswa, khususnya dalam menganalisis gaya hidup hedonis melalui lensa hukum Islam. Metodologi ini digunakan untuk memahami nilai, sikap, dan makna yang tertanam dalam kebiasaan konsumsi mahasiswa Muslim Generasi Z. Penulis akan memeriksa data yang dikumpulkan dari partisipan dengan menggunakan pendekatan empiris, yang dinilai melalui prinsip-prinsip fikih muamalah dan doktrin-doktrin hukum Islam yang terkait.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) Universitas Islam Indonesia (UII) yang beralamat di Jalan Kaliurang No. 14,5,

Krawitan, Umbulmartani, Ngemplak, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55584. Lokasi ini dipilih karena merupakan contoh kelompok mahasiswa Muslim Generasi Z yang sangat penting untuk penelitian ini, di samping lingkungan akademis dengan fondasi pendidikan Islam yang kuat

C. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Adapun penjelasan dari data ini sebagai berikut:

1. Data Primer

Sumber data primer pada penelitian ini adalah menggunakan hasil wawancara dengan mahasiswa FIAI berdasarkan pemenuhan kriteria untuk mendapatkan data yang komprehensif, termasuk gaya hidup konsumtif, keterlibatan aktif di media sosial, dan pemahaman tentang doktrin-doktrin Islam.

2. Data Sekunder

Pada penelitian ini sumber data sekunder diperoleh dari berbagai sumber buku, jurnal, maupun karya ilmiah lainnya yang digunakan sebagai pelengkap. Yang mana buku, jurnal, karya ilmiah ini berhubungan dengan pola gaya hidup mahasiswa masa.

D. Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan berbagai tahapan guna memperoleh data secara valid sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah proses di mana peneliti berbicara langsung dengan satu atau lebih individu untuk mengumpulkan data dan informasi. Tujuan wawancara adalah untuk mendapatkan data dari masyarakat atau individu. Secara umum, ada tiga metode wawancara, yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi terstruktur, dan wawancara tidak terstruktur. Penulis akan melakukan wawancara secara komprehensif dengan mahasiswa FIAI UII sebagai informan primer. Wawancara dilaksanakan terhadap lima informan utama yang mewakili representasi mahasiswa dengan tingkat konsumsi yang beragam.

Wawancara ini bertujuan untuk menggali pemahaman partisipan mengenai gaya hidup hedonis, variabel-variabel yang berkontribusi terhadap gaya hidup hedonis, sifat perilaku konsumtif, dan perwujudan prinsip-prinsip Islam dalam kehidupan sehari-hari. Peneliti menggali alasan subjektif di balik keputusan belanja mereka, perasaan yang muncul saat mendapatkan validasi di media sosial, hingga konflik batin yang mereka rasakan saat perilaku tersebut berbenturan dengan nilai kesederhanaan yang dipelajari di bangku kuliah. Pendekatan ini memastikan bahwa data yang diperoleh bukan sekedar angka, melainkan narasi pengalaman hidup yang autentik.

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi berfungsi untuk melengkapi data wawancara. Dokumen-dokumen yang dimaksud antara lain catatan dari forum diskusi, catatan kegiatan mahasiswa, unggahan di media sosial, dan

materi-materi akademik yang terkait dengan kegiatan mahasiswa FIAI yang berhubungan dengan gaya hidup konsumtif.

3. Observasi

Observasi dilakukan melalui pengamatan non-partisipatif secara langsung di lingkungan kampus FIAI UII. mahasiswa di lingkungan kampus FIAI UII, dengan fokus pada pilihan berpakaian, pola konsumsi, dan mode interaksi sosial yang mengindikasikan kehidupan hedonis. Observasi ini bersifat non-partisipatif dan bertujuan untuk meningkatkan validitas data yang diperoleh melalui wawancara.

E. Metode analisis data

Data yang terkumpul dari hasil wawancara, dokumentasi, dan observasi akan ditelaah dengan pendekatan kualitatif deskriptif, meliputi pengeditan, reduksi data, validasi, analisis, dan perumusan kesimpulan. Setelah data terkumpul, penulis akan menganalisis hasil lapangan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam, termasuk dalil naqli (Al-Qur'an dan Hadis), prinsip-prinsip fihiyyah, dan perspektif ulama modern. Penelitian ini akan mengevaluasi keselarasan gaya hidup hedonis mahasiswa muslim dengan ajaran Islam dan memberikan perspektif normatif berdasarkan hukum Islam.

1. Editing

Editing adalah suatu proses yang berguna untuk menelaah ulang catatan, dokumen, dan informasi yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Dalam konteks pada penelitian ini, peneliti menggarap ulang penelitiannya terhadap data yang sudah diambil dari lapangan, meliputi data yang bersifat

primer maupun data yang bersifat sekunder terkait gaya hidup mahasiswa. Maksud dari proses ini adalah untuk memahami kejelasan makna dan kelengkapan data. Pada proses editing ini, peneliti akan melihat lebih lanjut dari hasil wawancara guna mengetahui kelengkapan data yang didapat dari informan, jurnal, maupun karya ilmiah lainnya.

2. Reduksi Data

Suatu proses pengelompokan data yang didapat dari hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti yang akan diklasifikasikan berdasarkan kategori. Oleh karena itu, data-data yang didapat benar-benar yang berkaitan dengan gaya hidup mahasiswa. Maksud dari reduksi data ini adalah mempermudah peneliti untuk membandingkan dan mengenali bahan yang diperoleh di lapangan sehingga isi dari penelitian ini mudah dipahami oleh pembaca.

1. Validasi

Validasi adalah suatu kegiatan yang melakukan pengecekan kembali atas kebenaran data yang didapat yang nantinya akan diketahui keakuratannya. Pada proses ini peneliti akan menjumpai kembali para informan yang bertujuan untuk memeriksa dan menanggapi hasil dari wawancara sehingga mengetahui kesalahan dan kekurangannya.

2. Analisis

Analisis adalah suatu proses yang melibatkan penyederhanaan data untuk mempermudah tahap presentasi. Kemudian setelah data sekunder lengkap, langkah selanjutnya menggunakan teknis analisis deskriptif untuk pengolahan data utama. Analisis diimplementasikan dengan

memperluas hasil data yang telah didapat dari penelitian pada mahasiswa. Oleh karena itu, peneliti memiliki tahapan yang akan dianalisis sebagai berikut:

- a. Mendeskripsikan gaya hidup mahasiswa FIAI.
- b. Menjelaskan kesimpulan bagaimana perspektif Hukum Islam terhadap gaya hidup hedonis.

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap ini merupakan proses terakhir pengelolaan data yang merupakan mengambil kesimpulan dari data yang telah diperoleh dan telah diolah yang bertujuan untuk mendapatkan suatu jawaban. Pada proses ini peneliti telah mendapatkan jawaban dari rumusan masalah terkait bagaimana tinjauan Hukum Islam terhadap perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa FIAI, yang kemudian akan digunakan sebagai kesimpulan yang ringkas, mudah dipahami, dan jelas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Bentuk dan Praktik Gaya Hidup Hedonis Yang Muncul Di Kalangan Mahasiswa Muslim Generasi Z Di Fakultas Ilmu Agama Islam (FIAI) Universitas Islam Indonesia (UII) Yogyakarta.

Gaya hidup adalah representasi dari minat, aktivitas, dan pendapat seseorang yang dibentuk oleh interaksi sosial mereka dalam lingkungan tertentu. Seringkali, gaya hidup hedonis mahasiswa adalah adaptasi terhadap budaya modern yang mengagungkan tontonan atau budaya. Fenomena tersebut memposisikan gaya busana dan aspek lahiriah sebagai standar penilaian utama dalam gaya hidup materialistik.²⁰

Praktik ini nampak terlihat dalam aktivitas konsumsi di FIAI UII, di mana nilai guna (*use value*) mulai menjadi hal yang tidak diutamakan, tetapi nilai tanda (*symbolic value*) yang melekat pada barang tersebut. Sistem tanda, nilai, dan simbol adalah dasar dari mekanisme sistem konsumsi, bukan hanya karena kebutuhan atau keinginan guna mendapatkan kenikmatan, seperti yang diungkapkan oleh Jean Baudrillard. Barang-barang yang digunakan oleh mahasiswa Generasi Z, mulai dari merek pakaian hingga perangkat elektronik selain berfungsi sebagai alat

²⁰ Sandra Nadya Tasha Aprillia dan Varinia Pura Damaiyanti, "Self-Love and Self-Reward: The Hidden Excuse of Consumptive Behavior On College Students," *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development* 3, no. 2 (2022): 129–36, <https://doi.org/10.52483/ijsed.v3i2.58>.

komunikasi juga digunakan untuk menunjukkan identitas diri dan status sosial di komunitas akademik. Kebiasaan menghabiskan waktu di luar kos atau di luar rumah, yang sering disebut dengan istilah “nongkrong” di kafe-kafe dengan tema estetis di sekitar Yogyakarta, adalah salah satu contoh nyata praktik gaya hidup hedonis ini. Aktivitas ini bukan lagi sekadar cara untuk melepaskan rasa penat dari jadwal kuliah yang padat, akan tetapi telah berkembang menjadi budaya populer yang terkait dengan tren saat ini.²¹

1. Prioritas & Aktivitas

Seiring dengan kemudahan penggunaan internet, cara mahasiswa mengalokasikan waktu dan uang mereka telah mengalami perubahan besar. Saat ini, penggunaan media sosial dan situs belanja online telah menjadi kebiasaan untuk mengisi waktu luang dan melepas kejenuhan. Fenomena ini menjadikan pola kebiasaan yang berulang di mana mahasiswa menggunakan ponsel mereka untuk mengikuti tren terbaru. Akibatnya, membeli barang di *e-commerce* telah menjadi bagian penting dari gaya hidup atau aktivitas sehari-hari.

Pengeluaran uang saku sering kali menjadi hasrat psikologis dibanding kebutuhan pokok. Banyak dari mahasiswa yang menyisihkan uang saku mereka untuk membeli pakaian bermerek untuk tetap terlihat eksistensi di lingkungan sosial. Kerap kali prioritas ini didasarkan pada keinginan untuk tetap relevan dengan zaman dan bersaing dengan

²¹ Rizka Aliza Sari dkk., *GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TADULAKO*, 1, no. 1 (2024).

pesaing, yang pada akhirnya mengarah pada perilaku konsumtif di mana nilai gengsi atau tanda dari suatu barang lebih penting daripada nilai guna atau fungsi aslinya. Seringkali, pengeluaran ini dilakukan secara impulsif tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang mendesak, hanya untuk mencari jati diri dan mencapai kepuasan pribadi.²² Seperti yang dikatakan oleh Saudari Difa.²³

“Kalau aku sih jujur aja alokasi uang saku sebagian besar ke lifestyle. Aku jarang mengalokasikan nominal yang kaku, tiap bulan ada budget untuk self reward. Misalnya fashion gitu atau misal outfit yang lagi tren atau make up. Kalau ngopi? Itu hampir tiap hari sih ngafe bareng temen-temen, jadi ya pengeluarannya lumayan banget di situ.”

2. Motivasi perilaku konsumsi

Motivasi perilaku konsumsi atau hedonis muncul ketika seseorang tidak hanya melihat bagaimana manfaat dari suatu barang, akan tetapi menikmati proses mencari dan membeli dari suatu barang tersebut sebagai “imbalan” bagi perasaan mereka sendiri. Beberapa faktor penting dalam dinamika belanja saat ini memengaruhi motivasi tersebut. Faktor pertama adalah tren, di mana mereka termotivasi untuk memiliki atau menggunakan barang yang sedang tren atau digunakan oleh tokoh-tokoh yang mereka kagumi. Selain itu, ada faktor sosial di mana

²² Noor Fatmawati, “GAYA HIDUP MAHASISWA AKIBAT ADANYA ONLINE SHOP,” *JURNAL PENDIDIKAN ILMU SOSIAL* 29, no. 1 (2020): 29–38, <https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>.

²³ Wawancara dengan Saudari Difa di Yogyakarta, tanggal 25 Februari 2025

dukungan dari teman, keluarga, maupun komunitas yang meningkatkan rasa puas saat menggunakan barang tersebut. Oleh karena itu, memahami perilaku konsumsi atau hedonis sangat penting untuk melihat sejauh mana faktor emosional dapat mendorong Gen Z dalam memilih produk.²⁴

Dalam wawancara dengan Saudara Reza Mahasiswa FIAI²⁵:

“Kalau aku sih beli sesuai keinginan dan nyaman, tapi ada kalanya biar relevan di lingkungan kampus biar kayak yang lain tapi beda merek gitu tapi masih lingkup yang sama, karena kan kalau ngikutin idola kadang tu bahannya atau reviewnya ga sesuai, tapi kalau misalnya reviewnya bagus ya beli.”

Begitu juga seperti yang dikatakan oleh Saudara Ali pada wawancara²⁶:

“Nek aku sih iso loro-lorone, tapi golek sek nyaman luwih penting, kadang-kadang yo kepikiran ben ngimbangi kancane.” (Kalau aku sih bisa dua-duanya, tapi cari yang nyaman lebih penting, kadang-kadang juga kepikiran biar bisa ngimbangi temen-temen.)

3. Perilaku Aktivitas Waktu Luang

Bagi mahasiswa aktivitas waktu luang merupakan sebuah domain eksistensi yang dilakukan di tengah hiruk pikuk padatnya aktivitas

²⁴ I. Putu Wahyu Dwinata dkk., “PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP KONSUMSI BERKELANJUTAN JAM TANGAN KAYU DI DENPASAR,” Articles, *EMAS (Universitas Mahasarakswati Denpasar)* (Denpasar) 5 (Desember 2024).

²⁵ Wawancara dengan Saudara Reza Mahasiswa FIAI

²⁶ Wawancara dengan Saudara Ali Mahasiswa FIAI

akademik, seperti jadwal kuliah yang padat, numpuknya beban tugas, serta tuntutan prestasi yang seringkali menyebabkan stres. Waktu luang tidak hanya didefinisikan sebagai kekosongan waktu secara fisik, melainkan seseorang menerapkan pola hidup yang memutuskan untuk menggunakan uang, waktu dan energi fisik dengan tujuan sebagai merealisasikan nilai-nilai serta kesukaan pribadi. Pada dinamika mahasiswa Generasi Z, memanfaatkan waktu luang ini seringkali direalisasikan melalui praktik self healing yang didefinisikan sebagai upaya sadar guna menenangkan pikiran, emosional, serta memulihkan kondisi mental sehingga mereka dapat beraktivitas kembali dengan kondisi yang optimal. Seperti yang ditunjukkan oleh fenomena ini, aktivitas waktu luang telah berkembang dari yang awalnya hanya memenuhi kebutuhan biologis untuk beristirahat menjadi upaya sosiologis untuk mendapatkan kepuasan jiwa dan kepuasan fisik.²⁷

Dalam hal pemanfaatan waktu luang ini sangat terlihat secara spesifik dan identik dengan fenomena banyaknya mahasiswa yang pergi ke *coffee shop* menjadi identitas gaya hidup. Banyak dari mahasiswa mengunjungi *coffee shop* pada setiap waktu luang selain karena tempat yang estetik dan juga fasilitas yang ditawarkan menarik seperti Wi-Fi, tempat yang nyaman. Banyak juga dari mereka yang mengikuti tren saat ini yang dikenal sebagai “anak skena”. Skena sendiri berasal dari kata

²⁷ Aprilia Nursholihah dkk., *Keputusan Healing Mahasiswa Trend Atau Coping pada Tekanan Akademik*, t.t.

sua, cengkerama, dan kelana, fenomena ini identik dengan anak muda yang mana mencakup mahasiswa dengan gaya hidup yang khas seperti berpenampilan nyentrik, sering nongkrong dan bercengkerama bersama komunitas atau grup yang sesuai dengan minat serupa. Adapun ciri khas dari anak skena ini identik dari pemilihan fashion seperti kaos *oversize*, celana cargo atau *baggy*, sepatu sneakers atau docmart. *Coffee shop* dianggap sebagai tempat yang ideal bagi mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan sosial maupun psikologis mereka seraya menikmati kehangatan bercengkerama.²⁸

Selain itu, melakukan liburan juga termasuk salah satu yang biasa dilakukan oleh mahasiswa dalam upaya memulihkan mental ataupun pikiran dari padatnya jadwal kuliah maupun menumpuknya beban tugas. Dalam pandangan masyarakat konsumeris fenomena memanfaatkan waktu luang tidak lagi didasari oleh logika kebutuhan, akan tetapi didasari dengan logika hasrat yang memiliki arti simbolik. Demi mendapatkan pengakuan sosial dan citra diri yang prestise, dalam hal ini kebiasaan dalam nongkrong dan liburan tidak hanya menjadi budaya yang sudah menjamur di kalangan mahasiswa akan tetapi sudah menjadi bagian dari gaya hidup. Perilaku yang mengutamakan nilai tanda dalam menghabiskan waktu luang seringkali memicu perilaku pemborosan dan konsumsi yang berlebihan. Akibatnya kepuasan yang

²⁸ Zhaqiya Rizqy Hapsari dan Atika Wijaya, "Coffee shop dan gaya hidup mahasiswa perkotaan," *Journal of Youth and Outdoor Activities* 1, no. 2 (2024): 75–90, <https://doi.org/10.61511/jyoa.v1i2.2024.1139>.

diperoleh menjadi semu karena praktik ini lebih mengutamakan pemenuhan gengsi daripada pentingnya pemulihan mental.²⁹

Dalam wawancara dengan Saudara Ali³⁰:

“Nek aku yo sering e ngopi karo arek-arek nek bar kelas ngono, nek mlaku-mlaku ning luar kota sih kadang-kadang yo soale kan perlu duit koyo misale rental mobil ngono opo meneh adoh kudu tuku tiket pesawat opo sepur” Kalau aku sih seringnya ngopi sama temen-temen setiap habis ada kelas, kalau jalan-jalan ke luar kota ya sesekali aja soalnya kan butuh biaya yang banyak misalkan sewa mobil gitu apalagi kalau jauh yang perlu beli tiket pesawat atau kereta.

4. Eksistensi Digital

Pada konteks dinamika mahasiswa Generasi Z, eksistensi digital dapat dipahami sebagai upaya dasar seseorang dalam menegaskan kehadiran dan identitas mereka di dunia digital dengan memanfaatkan sosial media. Penggunaan sosial media seperti Instagram atau Tiktok sudah menjadi bagian penting dari pertumbuhan remaja, dimana mereka diberi kesempatan dan wadah untuk bebas berekspresi dengan leluasa tanpa adanya batasan waktu atau ruang.

Praktik berekspresi ini dilakukan secara naluriah oleh mahasiswa demi memenuhi kebutuhan dasar akan validasi seperti melalui fitur komentar, menyukai, dan berbagi konten dengan tujuan bagaimana

²⁹ Wahyu Eko Pujianto dkk., *COFFEE SHOP DAN PERUBAHAN GAYA HIDUP MAHASISWA MUSLIM DI SIDOARJO: PERSPEKTIF TEORI MASYARAKAT KONSUMSI JEAN BAUDRILLARD*, 1 (2024).

³⁰ Wawancara dengan Saudara Ali

mereka menunjukkan bahwa gaya hidup mereka layak untuk diakui oleh khalayak umum. Perilaku Braggadocian, yaitu kecenderungan untuk memberitahu kepada pengikutnya tentang semua aktivitas pribadi seperti keberadaan dan pencapaian tertentu demi membangun citra diri yang diinginkan, ini merupakan salah satu upaya dalam mengekspresikan diri sendiri. Adanya rasa takut tertinggal terhadap tren atau *fear of missing out* (FOMO) yang mana hal ini mendorong mereka untuk terus berusaha mendapatkan pengakuan sosial.³¹

Dalam wawancara dengan Saudari Difa³²:

“Emm kalau posting di sosial media sih lumayan penting tapi lebih seringnya posting di akun kedua, soalnya akun keduaku isinya arsip foto dan video liburan, ke kafe, dan lain-lain gitu. Terus kadang ada yang tanya ‘eh, di mana ini? Bagus!’. Nah itu kayak ada rasa puas di situ.”

B. Apa saja faktor internal dan eksternal yang mendorong terjadinya perilaku hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim FIAI UII Yogyakarta?

1. Faktor Internal

Faktor internal yang juga dikenal sebagai faktor psikologis merupakan dorongan yang datang dari diri seseorang, seperti motivasi, persepsi, konsep diri, dan tingkat pengetahuan seseorang mengenai

³¹ Ria Wuri Andary dan Khairullah Khairullah, “MEDIA SOSIAL DAN EKSISTENSI REMAJA,” *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 2, no. 3 (2023): 843–50, <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.676>.

³² Wawancara dengan Saudari Difa

dalam mengelola keuangan. Upaya untuk tampil berbeda dan mencari identitas diri untuk tampil menonjol dari teman sebaya, merupakan contoh karakteristik internal yang paling umum yang biasa terjadi di kalangan anak muda termasuk mahasiswa.

Dalam mengambil suatu keputusan dalam pembelian yang bersifat impulsif disebabkan oleh kurangnya pemahaman dalam manajemen keuangan dan kurang mampu untuk membedakan antara kebutuhan primer dan tersier. Pada akhirnya, dorongan psikologis untuk diakui dikombinasikan dengan tekanan gaya hidup dari luar yang menyebabkan perilaku konsumtif.³³

2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal seseorang dapat digambarkan faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif seseorang yang berasal dari luar individu.

Faktor ini meliputi budaya, keluarga, lingkungan sekitar yang mana memaksa seseorang untuk mengikuti gaya hidup tertentu. Faktor eksternal ini menimbulkan keinginan seseorang untuk memiliki barang atau membeli jasa bukan karena kemanfaatan, melainkan karena memenuhi keinginan, mendapatkan kesenangan, atau hanya mengikuti tren masyarakat yang sedang terjadi di masa sekarang. Faktor ini

³³ Jafar, M. K., Anggrainy, N. E., Suhardin, I., & Tohai, R. N. (2023). *Gaya Hidup Dan Perilaku Konsumtif Remaja Di Kota Manado*. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 3 (1), 96–105.

diperkuat dengan adanya kemudahan akses internet dan gaya hidup kontemporer yang disebarkan oleh sosial media.

Pada akhirnya, nilai-nilai orientasi mahasiswa bergeser ke arah penampilan dan kebendaan. Adanya tekanan sosial atau konformitas dalam lingkungan sekitar, di mana mahasiswa memiliki rasa keharusan untuk memiliki barang bermerek atau nongkrong di coffee shop estetik untuk tetap berada di kelompok tersebut, ini adalah contoh dari faktor eksternal.³⁴

3. Paparan Sosial Media

Fenomena mendalam tentang bagaimana sosial media dapat memengaruhi gaya hidup seorang mahasiswa mencakup berbagai hal penting, di antaranya seperti cara berkomunikasi dan perubahan norma kehidupan sehari-hari. Menurut literatur, sosial media berfungsi sebagai sarana utama bagi individu untuk membangun identitas digital yang sering kali berbeda dari identitas mereka di dunia nyata untuk mendapatkan pengakuan sosial.

Platform seperti Tiktok dan Instagram bukan hanya menjadi sarana informasi, melainkan menjadi sarana alat untuk menciptakan prototype diri sendiri melewati konten yang diunggah. Fenomena ini menyebabkan tekanan sosial yang signifikan, di mana mahasiswa didorong untuk mengikuti standar gaya hidup yang dipublikasikan

³⁴ Ni Kadek Suryawati dkk., “Analisis Faktor Eksternal dan Internal terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial,” *Jurnal Syntax Admiration* 5, no. 10 (2024): 3894–900, <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i10.1530>.

secara masif oleh algoritma sosial media. Algoritma ini juga mempersempit perspektif dan mengarahkan individu pada pola pikir yang seragam mengenai gaya hidup populer dengan menyajikan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna.³⁵

Ini dapat menyebabkan pergeseran nilai sosial di mana mahasiswa beralih dari aktivitas edukatif ke aktivitas yang lebih berfokus pada kesenangan dan visual. Sosial media ini juga menyediakan cerminan budaya konsumtif melalui promosi dan iklan yang individual. Pada akhirnya, hal ini dapat mengubah bagaimana pola konsumsi yang dilakukan oleh mahasiswa menjadi lebih impulsif dan berfokus pada kepuasan materi.

Seperti dalam wawancara dengan saudara Reza³⁶:

“Kalau menurutku sosial media pengaruh banget sih, karena apa sih istilahnya tu kayak kita mau beli suatu barang pasti liat apa yang lagi tren habis itu cari di Shopee atau Tiktok, tapi tetap liat review orang juga kalau rata-rata reviewnya bagus baru kita beli.”

Begitu juga yang dikatakan oleh Saudara Naufal dalam wawancara³⁷:

“Sosial media besar banget sih pengaruhnya, yang membuat aku lebih *fashionable* karena pengaruh influencer”

³⁵ Reza Septriawan, “MEDIA SOSIAL BERPENGARUH PADA PERUBAHAN PERILAKU SOSIAL REMAJA KOTA MEDAN DI ERA DIGITAL,” *Jurnal Multidisiplin Sosial dan Humaniora* 1, no. 2 (2024): 84–102, <https://doi.org/10.70585/jmsh.v1i2.47>.

³⁶ Wawancara dengan Saudara Reza

³⁷ Wawancara dengan Saudara Naufal

4. Literasi Dalam Mengelola Keuangan

Salah satu komponen fundamental bagi setiap orang adalah literasi keuangan, sebagai seorang mahasiswa seyogyanya terampil dalam menggunakan uang untuk menghindari berbagai masalah keuangan dalam kehidupan sehari-hari. Proses ini melibatkan keyakinan (*confidence*), peningkatan pengetahuan (*knowledge*), dan keterampilan (*skills*) di bidang finansial agar seseorang terampil dalam merencanakan, menganggarkan, dan mengendalikan uang secara efektif untuk mencapai kesejahteraan baik saat ini maupun di masa yang akan datang.³⁸

Memiliki pengetahuan yang baik dalam keuangan merupakan hal yang sangat penting bagi setiap orang terutama seorang mahasiswa, karena akan membantu mereka menjadi lebih selektif dan mempertimbangkan tingkat resiko sebelum menggunakan uang. Seorang mahasiswa yang terampil dalam mengelola uang cenderung mempunyai kontrol diri yang lebih baik, sehingga mereka mampu membedakan antara kebutuhan dasar dan keinginan semata-mata demi memenuhi hasrat atau gengsi. Sebaliknya, seseorang yang tidak terampil dalam manajemen keuangan dengan baik seringkali mengalami masalah finansial karena cenderung melakukan

³⁸ Muhammad Distian Andi Hermawan dan Debi Septiani, *LITERASI KEUANGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MAHASISWA: TINJAUAN LITERATUR*, 16, no. 3 (2024).

pembelian impulsif (*impulsive buying*) meskipun mereka memiliki uang yang banyak atau pendapatan yang mencukupi.³⁹

Dalam wawancara dengan saudari Difa⁴⁰:

“Sebenarnya aku tau cara ngatur uang, tapi dalam praktek di dunia nyata tu yang susah, aku ngerasa ah yaudahlah mumpung ada uangnya dan masih muda juga kan, tapi akhir-akhir ini udah mulai batasin sih karena kebutuhan semakin banyak apalagi mahasiswa akhir kan, tapi kalau dibilang pandai ngatur uang masih agak jauh dari kata hemat.”

C. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap perilaku konsumtif, pemborosan (*israf*), dan gaya hidup berlebihan (*tabdzir*) yang dilakukan oleh mahasiswa Muslim FIAI UII Yogyakarta?

1. Pemahaman Nilai-nilai Islam

Dalam konteks hukum Islam, yang membagi kebutuhan menjadi *dharuriyah* dan *tahsiniyah* dapat digunakan untuk memahami perilaku konsumsi mahasiswa Muslim Generasi Z di FIAI UII. Kebutuhan *dharuriyah* adalah aspek penting yang harus dipenuhi untuk menjaga lima unsur kehidupan agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta yang di mana apabila mengabaikannya dapat merusak tatanan hidup baik di

³⁹ Yohanes Maria Vianey Kenale Sada, “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa: Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa,” *Jurnal Literasi Akuntansi* 2, no. 2 (2022): 86–99, <https://doi.org/10.55587/jla.v2i2.35>.

⁴⁰ Wawancara dengan Saudari Difa

dunia maupun di akhirat. Namun, fakta sosial menunjukkan bahwa fokus mahasiswa telah berubah arah menjadi kebutuhan *tahsiniyah*, yaitu merupakan kebutuhan pelengkap yang berkaitan dengan martabat yang mengikuti arus gaya hidup masa kini demi eksistensi dan validasi sosial.⁴¹

Fenomena ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara kebutuhan dan keinginan simbolik, yang mana nilai gengsi mendorong konsumsi daripada nilai guna. Ketika mahasiswa lebih memprioritaskan dalam memenuhi hasrat emosional mereka dengan membeli barang secara impulsif, maka mereka termasuk dalam kategori pemborosan (*tabdzir*) dan sikap berleihan (*israf*) yang dilarang karena merusak fungsi suatu harta sebagai amanah. Oleh sebab itu, penghayatan nilai keseimbangan (*wasathiyah*) sangat penting agar mahasiswa mampu membedakan prioritas dalam hal konsumsi, dalam hal ini memastikan bahwa penggunaan harta benda mahasiswa tidak menyimpang ke arah gaya hidup hedonistik yang dapat merugikan identitas spiritual mereka serta tetap dalam koridor kemaslahatan.⁴²

Dalam wawancara dengan saudari Difa⁴³:

“Sebagai anak FIAI, aku ngerti bedanya antara dharuriyah sama tahsiniyah. Cuma dalam mengimplementasikan di kehidupan sehari-

⁴¹ SITI RAIHANUN dan Andri Martiana, “Prilaku Konsumsi Terhadap Nilai-Nilai Islam,” *Articles, Al-Qardhu* (Lombok Timur, NTB) 4 (September 2025).

⁴² Fadhli Suko Wiryanto dan Isti’ah Rizqullah, *IMPLEMENTASI MAQASHID SYARIAH di TOKO SEWU SATUS KECAMATAN LOHBENER KABUPATEN INDRAMAYU*, 1 (2022).

⁴³ Wawancara dengan Saudari Difa

hari masih kurang, jadi kebutuhan pelengkap tu malah aku posisikan jadi seolah kebutuhan pokok gitu.”

2. Perspektif Terhadap *Israf* dan *Tabdzir*

Jika dilihat dari sudut pandang hukum Islam, konsep *israf* dan *tabdzir* yang sangat dilarang oleh syari’at berhubungan dengan perilaku konsumsi mahasiswa Muslim generasi Z di FIAI UII. Menurut etika konsumsi Islam, *israf* didefinisikan sebagai tindakan yang melampaui batas atau etika dalam menggunakan harta, walaupun dalam menggunakan harta pada dasarnya diperbolehkan. Fakta bahwa mahasiswa mengalokasikan sebagian besar uang bulanannya untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup seperti nongkrong di kafe estetik ataupun membeli barang-barang bermerek demi memenuhi gengsi, hal ini menunjukkan adanya ketidakjelasan antara kebutuhan realitas dan keinginan emosional. Sedangkan *tabdzir* berarti menghabiskan harta dengan tujuan yang tidak berguna, sia-sia, atau bahkan bertentangan dengan hukum Allah.⁴⁴ Dalam perspektif Islam melarang keras perilaku ini sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam surat Al-Isra ayat 27:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۖ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Yang artinya: “Sesungguhnya orang-orang yang pemboros (*mubadzirin*) itu adalah saudaranya setan, dan setan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.”⁴⁵

⁴⁴ Fakrurradhi Marzuki, “Zakat Harta Karun (Rikaz) Menurut Perspektif Fiqh Syafi’iyah dan Hukum Positif,” *Jurnal Al-Mizan* 9, no. 1 (2022): 48–64, <https://doi.org/10.54621/jiam.v9i1.275>.

⁴⁵ “2019 Kementerian Agama Al-Qur’an dan Terjemahnya,” t.t.

Selain itu, Allah juga memerintahkan prinsip kesederhanaan dalam berkonsumsi dalam surat Al-A'raf ayat 31:

يٰٓاَيُّهَا اٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ اِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Yang artinya: “Wahai anak cucu Adam pakailah pakaianmu yang bagus pada setiap memasuki masjid, makan dan minumlah tetapi jangan berlebihan. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berlebih-lebihan.”⁴⁶

Analisis perilaku hedonis ini semakin tajam apabila dikorelasikan dengan teori *Maqashid al-Syari'ah* khususnya konsep *Maqashid al-Mukallaf* yang dikembangkan oleh Imam al-Syathibi. Teori ini menekankan bahwa legalitas tindakan hukum sangat terikat pada kesesuaian antara niat pelaku (*mukallaf*) dan tujuan Tuhan. Menurut pilar *Hifz al-Mal* (menjaga harta), seorang Muslim memiliki kewajiban dalam mengelola harta sebagai alat untuk kesejahteraan menyeluruh, bukan hanya untuk memuaskan hasrat yang menghancurkan. Fokus mahasiswa FIAI UII berubah dari kebutuhan esensial (*dharuriyah*) menuju kebutuhan pelengkap (*tahsiniyah*) yang dipaksakan, mereka mulai mengutamakan untuk memenuhi gaya hidup simbolik guna validasi digital dan identitas sosial.

Ketidakmampuan untuk membedakan skala prioritas ini menggambarkan kegagalan dalam memahami *Maqashid al-Mukallaf*, disebabkan niat yang mendasari konsumsi tidak lagi berdasarkan prinsip

⁴⁶ “2019 Kementerian Agama Al-Qur'an dan Terjemahnya.”

moderasi (*wasatiyyah*). Dalam sebuah hadis, Rasulullah SAW juga memerintahkan untuk memenuhi kebutuhan diri sendiri secara seimbang dan mendahului kebutuhan dasar sebelum memberi lebihnya harta kepada orang lain. Oleh sebab itu, gaya hidup hedonis yang nyata yang ditunjukkan oleh pembelian impulsif (*impulsive buying*) dan pemborosan di lingkungan kampus bukan sekedar masalah finansial, akan tetapi itu menunjukkan krisis spiritual dan penyimpangan dari koridor kemaslahatan yang ditetapkan oleh *Maqashid al-Syari'ah*.

Dalam wawancara dengan saudari Naswa⁴⁷:

“Kalau menurut aku, boros itu membeli suatu barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan, semisal beli baju atau barang yang lucu tapi nggak sesuai kebutuhan jadi istilahnya tu laper mata gitu, butuhnya cuma 1 tapi belinya 5 akhirnya yang 4 jadi nggak terpakai gitu, aku pernah sih gitu dan ada beberapa temen yang kayak gitu, nah itu boros.”

3. Konflik Identitas

Konflik identitas atau bisa dibilang krisis identitas merupakan suatu fase dimana seseorang memiliki rasa dan bertanya mendalam tentang diri sendiri, yang lebih mendalam lagi dalam konteks digital seringkali menyebabkan ketidaksesuaian antara nilai yang diyakini orang-orang yang berada di sosial media dan siapa mereka sebenarnya. Mahasiswa yang merupakan seorang *digital native* tumbuh dalam

⁴⁷ Wawancara dengan Saudari Naswa

lingkungan yang secara masif mendorong standar gaya hidup konsumtif melalui algoritma dan pengaruh influencer, yang mana sering kali menjadikan gaya hidup sebagai standar keberhasilan dan eksistensi.

Keadaan ini membentuk paradoks batin yang tajam ketika perilaku konsumtif seorang mahasiswa mulai bertentangan dengan prinsip-prinsip penting dalam Islam seperti kesederhanaan (*al-iqtishad*), merasa cukup (*qana'ah*), dan kewajiban dalam menghindari pemborosan (*israf*) serta gaya hidup yang berlebihan (*tabdzir*). Di sisi lain, mahasiswa percaya bahwa rasa harus mengikuti tren yang ada di sosial media dan budaya nongkrong dengan tujuan mendapat validasi serta mengantisipasi rasa takut atau yang dikenal dengan FOMO (*fear of missing out*). Sebaliknya, sebagai seorang mahasiswa yang menempuh studi di lingkungan FIAI UII yang penuh dengan dengan nilai-nilai spiritual, muncul keraguan karena menyadari bahwa mengejar kesenangan duniawi tersebut bertentangan dengan tujuan ajaran Islam.⁴⁸

Konflik identitas ini diperparah oleh tuntutan untuk persona digital dengan tujuan mendapatkan citra digital yang diakui, hal ini sering menyamakan perbedaan antara kebutuhan esensial (*dharuriyah*) dan kebutuhan pelengkap (*tahsiniah*). Mahasiswa mungkin memiliki rasa terjebak dalam dua dimensi berbeda, mereka berada di dunia digital yang mengharuskan dalam kemewahan untuk mendapatkan pengakuan,

⁴⁸ Oktavia Ramadhani dan Khoirunisa Khoirunisa, "Generasi Z dan Teknologi: Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital," *JURNAL PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL (JUPENDIS)* 3, no. 1 (2025): 323–31, <https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i1.2916>.

dan di dunia sebenarnya mewajibkan tanggung jawab moral, di mana harta tidak lagi digunakan sebagai alat untuk kualitas hidup melainkan sekedar alat untuk memuaskan hasrat emosional yang merusak. Dengan demikian, konflik internal ini lebih dari sekedar masalah perilaku konsumtif, namun merupakan gambaran dari konflik antara tuntutan modernitas dengan kredibilitas nilai Islam yang dihadapi oleh mahasiswa dalam keseharian.⁴⁹

Dalam wawancara dengan saudara Naufal⁵⁰:

“Kalau ngerasa ada konflik batin sih pernah, kayak ngerasa berlebihan malah semuanya berlebihan, harusnya itu cuma sebatas cukup aja. Yang penting kan kebutuhan, fungsi, bukan malah ngerasa biar diakui.”

2. Implementasi Hifz al-Mal

Dalam konteks gaya hidup mahasiswa Muslim generasi Z di FIAI UII, *hifz al-mal* yang berarti menjaga harta merupakan bentuk dari upaya untuk menjaga keberlangsungan hidup melalui pengelolaan harta yang bertanggung jawab dan sesuai dengan syari’at. Secara teoritis, salah satu dari lima unsur utama *maqashid al-syari’ah* adalah *hifz al-mal* yang mengarahkan seseorang untuk memperlakukan harta benda sebagai amanah, yang mana dalam penggunaannya harus sesuai dengan kebaikan (kemaslahatan) dan menghindari keburukan (kemudharatan).

⁴⁹ Muhamad Najib Mustafa dkk., “Krisis Identitas versus Kebingungan Peran: Analisis Integrasi Biopsikososial Remaja Era Digital,” Articles, *Jurnal Hasil Penelitian dan Pengembangan (JHPP)* (Lombok Tengah, NTB) 3 (Oktober 2025).

⁵⁰ Wawancara dengan Saudara Naufal

Dalam pandangan Islam, harta tidak hanya dilihat sebagai alat untuk memuaskan keinginan seseorang, tetapi juga sebagai alat yang berfungsi untuk kesejahteraan menyeluruh yang harus dijaga dari kerusakan (*mafsadah*). Maka dari itu, dalam menjaga harta memiliki dua aspek utama: perlindungan dari segi hukum untuk memastikan perolehan harta yang halal, dan melindungi dari segi penggunaan agar tidak terjebak dalam tindakan yang mengganggu stabilitas ekonomi individu ataupun sosial.⁵¹

Korelasi antara *hifz al-mal* dengan realita kehidupan mahasiswa FIAI UII menandakan adanya kontradiktif yang cukup tajam antara standar ideal dan praktik sehari-hari. Lingkungan akademik telah memberikan dasar teoritis berkenaan dengan pentingnya kesederhanaan (*wasatiyah*), larangan pemborosan (*israf*), dan larangan gaya hidup berlebihan (*tabdzir*). Sebaliknya, daya tarik budaya luar dan pengaruh teman serta algoritma sosial media sering kali menodai batasan antara kebutuhan esensial (*dharuriyah*) dan keinginan (*tahsiniyah*). Implementasi *hifz al-mal* idealnya digunakan untuk mendorong mahasiswa untuk lebih selektif dan memiliki kontrol diri saat melakukan pembelian impulsif yang hanya mementingkan gengsi atau nilai simbolik. Tatkala mahasiswa mengikuti tren “anak skena” untuk validasi atau menghamburkan uang sakunya untuk *self reward* yang

⁵¹ Rijal Khoirul Anam dan Muhammad Saiful Haq, *IMPLEMENTASI MAQOSHID SYARI'AH DALAM KAJIAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM DI SMPIT BAITUSSALAM PRAMBANAN YOGYAKARTA*, 09 (2024).

berlebihan, maka terjadi perubahan niat (*maqashid al-mukallaf*) yang tidak lagi sesuai dengan tujuan Tuhan dalam mensyari'atkan menjaga harta.⁵²

Dalam wawancara dengan Saudara Ali⁵³:

“ Yo nek akhir-akhir iki wes luwih iso jogo sih ketimbang mbiyen-mbiyen, saiki wes lumayan iso ngatur duit sek apik wes ra boros koyo mbiyen nek nggo tuku sing nggo kebahagiaan semata. Dadi saiki luwih akeh nabung ketimbang nuruti tren, masalahe kan tren raono entek e, yo paling khilaf pisan pindo ngono ”

Ya kalau akhir-akhir ini udah lebih mending daripada dulu, sekarang udah lumayan bisa ngatur uang lebih baik nggak boros kayak dulu kalau beli untuk kebahagiaan semata. Jadi sekarang lebih banyak nabung daripada ngikutin tren karena kan tren nggak ada habisnya, ya paling khilaf sekali dua kali gitu sih.

Tabel 1. Kategorisasi dan Indikator Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa FIAI UII

Kategori Hedonis	Indikator Perilaku	Contoh Konkret	Intensitas	Tinjauan Islam
Konsumsi simbolik	Membeli barang bermerek bukan karena fungsi, melainkan untuk gengsi dan identitas sosial	Pakaian bermerek, gadget terbaru, aksesoris fashion	Tinggi	Israf / Tabdzir
Aktivitas waktu luang	Nongkrong di kafe estetik sebagai bagian dari identitas budaya populer ("anak skena")	Coffee shop estetik, healing trip, liburan luar kota	Tinggi	Israf (jika berlebihan)
Pembelian impulsif	Membeli tanpa perencanaan, didorong emosi dan	Belanja e-commerce saat melihat tren, laper	Sedang – Tinggi	Tabdzir

	tren media sosial	mata		
Eksistensi digital	Mengunggah aktivitas konsumsi ke media sosial untuk validasi sosial (FOMO, Braggadocian)	Posting ke Instagram/TikTok, arsip foto kafe dan liburan	Sedang	Makruh (jika riya')
Self-reward berlebihan	Menjustifikasi pengeluaran konsumtif sebagai "hadiah untuk diri sendiri"	Budget fashion/makeup bulanan tanpa batas, ngopi tiap hari	Sedang	Israf
Mismanajemen keuangan	Kurang literasi finansial; tidak mampu membedakan kebutuhan primer dan tersier	Uang saku habis sebelum akhir bulan, tidak ada tabungan	Tinggi	Melanggar Hifz al-Mal

Keterangan: Intensitas diukur berdasarkan frekuensi dan proporsi pengeluaran informan yang diperoleh dari hasil wawancara mendalam.

Tabel 2. Pemetaan Faktor Pendorong Perilaku Hedonis Mahasiswa FIAI UII

Faktor Internal	Manifestasi Perilaku & Dampak	Faktor Eksternal
Psikologis: • Pencarian jati diri dan identitas sosial • Kurangnya kontrol diri (self-control) • Rendahnya literasi keuangan • Dorongan emosional untuk diakui • Fase perkembangan remaja akhir	Praktik Hedonis yang Muncul: • Nongkrong kafe estetik harian • Belanja online impulsif • Mengikuti tren 'anak skena' • Posting konten demi validasi sosial • Pemborosan uang saku Dampak: • Krisis identitas spiritual • Konflik batin (wasathiyah vs. modernitas) • Instabilitas keuangan pribadi	Sosial-Kultural: • Tekanan teman sebaya (peer pressure) • Paparan masif media sosial • Pengaruh influencer & public figure • Algoritma konten TikTok/Instagram • Budaya konsumerisme Yogyakarta

Keterangan: Faktor internal dan eksternal bekerja secara simultan dan saling memperkuat, menghasilkan manifestasi perilaku hedonis yang beragam.

Tabel 3. Klasifikasi Hukum Islam terhadap Pola Perilaku Hedonis yang Ditemukan

Klasifikasi	Konsep Hukum Islam	Penjelasan	Contoh Temuan
Haram / Tabdzir	Menghabiskan harta pada hal yang sia-sia atau bertentangan dengan hukum Allah	QS. Al-Isra: 27 — orang-orang yang pemboros adalah saudara setan. Harta yang dihabiskan untuk tujuan tidak berguna atau merusak nilai agama	Membeli barang 5 padahal butuh 1; uang saku habis untuk konsumsi gengsi semata
Makruh / Israf	Melampaui batas dalam penggunaan harta yang pada dasarnya dibolehkan	QS. Al-A'raf: 31 — larangan berlebih-lebihan meski dalam hal makan dan minum. Konsumsi	Nongkrong kafe tiap hari, self-reward tanpa batas, liburan demi citra digital

		melampaui kebutuhan wajar hingga mengganggu keseimbangan	
Mubah (Proporsional)	Konsumsi yang sesuai dharuriyah dan tidak melampaui batas wasathiyah	Sesuai prinsip Hifz al-Mal dalam Maqashid al-Syari'ah. Konsumsi diniati untuk kemaslahatan, bukan sekadar kesenangan atau gengsi semata	Rekreasi sesekali untuk pemulihan; konsumsi yang niatnya bukan gengsi; tabungan lebih banyak dari pengeluaran hiburan

Keterangan: Klasifikasi didasarkan pada analisis QS. Al-Isra: 27, QS. Al-A'raf: 31, dan prinsip Hifz al-Mal dalam kerangka Maqashid al-Syari'ah Imam al-Syathibi.

Tabel 4. Kriteria Operasional Penentuan Informan Berkategori Hedonis

Kriteria	Indikator Operasional	Ambang Batas Hedonis	Sumber Data
Orientasi konsumsi	Lebih mengutamakan nilai simbolik (gengsi) daripada nilai guna barang/jasa yang dibeli	Jika >50% pengeluaran bersifat simbolik; informan tidak bisa menjelaskan fungsi utama barang yang dibeli	Wawancara mendalam
Pola pengeluaran	Alokasi uang saku dominan untuk lifestyle, bukan kebutuhan pokok akademik atau makan	Pengeluaran lifestyle (kafe, fashion, hiburan) melebihi pengeluaran kebutuhan pokok	Wawancara mendalam
Keterlibatan media sosial	Aktif mengunggah konten konsumsi untuk mendapatkan validasi sosial dari teman sebaya	Posting >3x/minggu terkait aktivitas konsumsi; mengakui kepuasan dari komentar/likes	Observasi + dokumentasi
Perilaku impulsif	Membeli barang tanpa perencanaan, didorong emosi, tren, atau FOMO	Mengakui kebiasaan 'laper mata' atau membeli karena tren tanpa pertimbangan kebutuhan	Wawancara mendalam
Konflik nilai Islam	Merasakan ketidakselarasan antara perilaku konsumsi dan nilai-nilai Islam yang dipelajari	Mengakui adanya konflik batin antara gaya hidup dan prinsip wasathiyah/qana'ah	Wawancara mendalam

Keterangan: Informan diklasifikasikan hedonis apabila memenuhi minimal 3 dari 5 kriteria di atas berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan.

Tabel 5. Profil Informan Penelitian (Metode Purposive Sampling)

No.	Inisial	Jenis Kelamin	Prodi/Fakultas	Alasan Dipilih sebagai Informan
1	Difa	Perempuan	FIAI UII	Menyebutkan budget rutin untuk fashion dan kafe; aktif di media sosial; mengakui pola self-reward konsumtif yang berulang setiap bulan
2	Reza	Laki-laki	FIAI UII	Menunjukkan perilaku pembelian berbasis tren; menyebutkan pengaruh review media sosial dalam setiap keputusan pembelian
3	Ali	Laki-laki	FIAI UII	Menjalani kebiasaan nongkrong harian; mengakui perjalanan dari pola boros menuju

				lebih teratur; mencerminkan konteks lokal Yogyakarta
4	Naufal	Laki-laki	FIAI UII	Menyatakan pengaruh kuat influencer terhadap gaya berpakaian; mengakui konflik batin antara konsumsi berlebihan dan nilai Islam
5	Naswa	Perempuan	FIAI UII	Memberikan gambaran perilaku pembelian impulsif ('laper mata'); mampu mengidentifikasi perilaku boros dari sudut pandang mahasiswi FIAI

⁵² Mohammad Lutfi, "IMPLEMENTASI MAQASHID SYARIAH PADA ZAKAT PRODUKTIF DI BAZNAS DKI JAKARTA DAN LAZ DOMPET DHUAFA," *An Nawawi* 3, no. 1 (2023): 43–52, <https://doi.org/10.55252/annawawi.v3i1.30>.

⁵³ Wawancara dengan Saudara Ali

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Adanya fenomena gaya hidup hedonis yang dilakukan oleh mahasiswa Muslim generasi Z di FIAI UII yang ditunjukkan oleh pergeseran orientasi konsumsi, di mana lebih mengedepankan nilai simbolik dan gengsi daripada nilai guna. Praktik ini dapat terlihat nyata melalui upaya dalam mempertahankan eksistensi digital demi mendapatkan validasi sosial, hal ini dapat dilihat dari segi kebiasaan konsumsi produk bermerek secara impulsif dan aktivitas nongkrong di kafe estetik sebagai bagian dari identitas budaya populer. Fenomena ini didorong oleh keterkaitan antara faktor internal seperti mencari jati diri dan kurangnya kontrol diri dalam literasi keuangan, adapun faktor eksternal seperti tekanan pengaruh teman dan paparan sosial media yang masif serta pengaruh *public figure* yang mendorong perilaku ini.
2. Dilihat dari hukum Islam, perilaku ini menunjukkan kurangnya pemahaman mengenai skala prioritas, mahasiswa cenderung memaksakan kebutuhan *tahsiniyah* (pelengkap) sementara mengabaikan prinsip *wasathiyah* (keseimbangan). Kebiasaan dalam menghamburkan harta untuk kepuasan emosional dianggap sebagai perilaku *israf* atau *tabdzir* yang dilarang oleh syari'at karena

bertentangan dengan tujuan menjaga harta (*hifz al-mal*). Krisis spiritual dan konflik batin pada akhirnya muncul sebagai akibat dari ketidakselarasan identitas sebagai mahasiswa Muslim yang terdidik dengan perilaku konsumtif yang merugikan.

B. Saran

Adapun saran dari peneliti:

1. Sebagai seorang mahasiswa yang berintelektual lebih lagi sebagai mahasiswa Muslim, seyogyanya senantiasa merefleksikan diri lebih mendalam mengenai niat dalam berkonsumsi serta lebih baik dalam mengontrol diri agar tidak terjebak dalam fenomena FOMO yang dapat merugikan finansial maupun spiritual.
2. Untuk Peneliti selanjutnya, karena penelitian ini hanya berfokus pada satu fakultas dengan metode kualitatif, diharapkan peneliti di masa yang akan datang dapat memperluas subjek untuk mencakup latar belakang ekonomi sosial yang lebih beragam atau menggunakan studi kasus yang lebih panjang untuk mengamati perubahan perilaku.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, Aditia, Alfin Nur Arifah, Dheri Febiyani Lestari, and Rizky Ridwan. "Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis Terhadap Pembelian Impulsif Di E-Commerce Shopee Pada Generasi Milenial." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 11, no. 1 (April 30, 2023): 205–12. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.2005>.
- Albert Yohanes Axel Yoagnesto, Mohammad Fanani, and Lukman Aryoseto. "Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Tingkat Stres Pada Mahasiswa Kedokteran." *Plexus Medical Journal* 2, no. 1 (March 5, 2023): 32–39. <https://doi.org/10.20961/plexus.v2i1.461>.
- Alfaruqy, Muhammad Zulfa. "GENERASI Z DAN NILAI-NILAI YANG DIPERSEPSIKAN DARI ORANGTUANYA." *PSYCHE: Jurnal Psikologi* 4, no. 1 (February 3, 2022): 84–95. <https://doi.org/10.36269/psyche.v4i1.658>.
- Aluwan, Nahda Kamila, and Dian Dwi Nur Rahmah. "Hubungan Peran Selebriti Instagram dengan Pembelian Impulsif Produk Fashion Pada Mahasiswa di Kota Samarinda." *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 9, no. 2 (June 26, 2021): 238. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i2.5960>.
- Hadi, Kartika Candra Kirana, Romi Adetio Setiawan, and Herlina Yustati. "Korelasi Antara Gaya Hidup Hedonis Dan Perilaku Konsumtif Di Kalangan Mahasiswa Dalam Perspektif Ekonomi Syariah." *Ekonomis: Journal of Economics and Business* 8, no. 2 (September 1, 2024): 1220. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1676>.
- Ishlakhatu Sa'idah, Sri Rizqi Wahyuningrum, Diana Vidya Fakhriyani, and Anna Aisa. "Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa: Bagaimana Kontribusi Kontrol Diri Dan Konformitas Teman Sebaya?" *Edu Consilium : Jurnal Bimbingan Dan Konseling Pendidikan Islam* 5, no. 2 (September 13, 2024): 48–60. <https://doi.org/10.19105/ec.v5i2.15056>.
- Khoiriyah, Inayatul. "Gaya Hidup Hedonis Tokoh-Tokoh Dalam Novel Antologi Rasa Karya Ika Natassa." *Jurnal Sastra Indonesia* 9, no. 1 (April 3, 2020): 38–45. <https://doi.org/10.15294/jsi.v9i1.36005>.
- MUHAMMAD. *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Pakaian Melalui E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Fisip Uin Syarif Hidayatullah Jakarta*. Jakarta: Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2022.
- Mujidin, Mujidin M, Hindriyati Muhamat, and Husnul Khotimah Rustam. "The Hedonistic Lifestyle among Students: Influence by Gratitude and Self-Control." *Journal of Educational, Health and Community Psychology* 11, no. 4 (December 28, 2022): 803. <https://doi.org/10.12928/jehcp.v11i4.24632>.
- Mulyono, Fauzi, Awanis Linati Haziroh, Mochammad Eric Suryakencana Wibowo, and Haunan Damar. "PENGARUH GAYA HIDUP HEDON, KUALITAS PRODUK, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA LISTRIK DI KOTA JUWANA." *Journal of*

- Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)* 17, no. 3 (November 9, 2024): 1125–39. <https://doi.org/10.35508/jom.v17i3.17092>.
- Nur, Giatun. “Hedonisme Di Kalangan Ibu Rumah Tangga Desa Bukit Petaling Kecamatan Rengat Barat Kabupaten Indragiri Hulu : Studi Kasus Melalui Pendekatan Teori Hedonisme Jean P. Baudrillard.” UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU, 2022.
- Pawestri, Delonix Regia, and Annisa Warastri. “Hubungan Kontrol Diri Dan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa Laki-Laki Di Yogyakarta.” *Ranah Research : Journal of Multidisciplinary Research and Development* 7, no. 1 (November 25, 2024): 339–54. <https://doi.org/10.38035/rj.v7i1.1195>.
- Pratama, Ikhtyar, Jumawan Jasman, and Saharuddin Saharuddin. “Pengaruh Literasi Keuangan, Pendapatan Orang Tua, Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa.” *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan* 5, no. 2 (September 25, 2022): 819–25. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i2.1837>.
- Raka, Malik. “PENGARUH PROMOSI ISLAMI, KETERLIBATAN FASHION, DAN MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP IMPULSE BUYING DENGAN MEDIASI EMOSI POSITIF PADA PRODUK FASHION MUSLIM DI PENGGUNA E-COMMERCE GENERESI Z BANYUWANGI,” August 8, 2023. <http://etheses.uin-malang.ac.id/id/eprint/55404>.
- Rama Prasetyo, Aji, and Anik Lestari Andjarwati. “Analisis Gaya Hidup Hedonis, Harga, Dan Kualitas Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Di Era Pandemi Covid-19.” *Jurnal Ilmu Manajemen* 9, no. 3 (July 12, 2021): 990–1001. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p990-1001>.
- Raodahtul. “GAYA HIDUP HEDONISME MAHASISWA UIN WALISONGO SEMARANG ANGKATAN 2022 DALAM PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM.” Universitas Islam Negeri Walisongo, 2023. [https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/21524/1/1905026025_RAODAHTUL_FULL%20SKRIPSI%20-%20Putri%20Tarisa%20\(2\).pdf](https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/21524/1/1905026025_RAODAHTUL_FULL%20SKRIPSI%20-%20Putri%20Tarisa%20(2).pdf).
- Sinambela, Ella Anastasya, Jahroni Jahroni, and Samsul Arifin. “Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Kepercayaan, Dan Pengalaman Terhadap Niat Kunjung Kembali Ace Hardware.” *Jurnal Simki Economic* 6, no. 2 (July 2, 2023): 463–74. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i2.388>.
- Anam, Rijal Khoirul, dan Muhammad Saiful Haq. *IMPLEMENTASI MAQOSHID SYARI'AH DALAM KAJIAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM DI SMPIT BAITUSSALAM PRAMBANAN YOGYAKARTA*. 09 (2024).
- Andary, Ria Wuri, dan Khairullah Khairullah. “MEDIA SOSIAL DAN EKSISTENSI REMAJA.” *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah* 2, no. 3 (2023): 843–50. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.676>.
- Dwinata, I. Putu Wahyu, Made Pradnyan Permana Usadi, dan I. Made Surya Prayoga. “PENGARUH MOTIVASI BELANJA HEDONIS TERHADAP KONSUMSI BERKELANJUTAN JAM TANGAN KAYU DI

- DENPASAR.” Articles. *EMAS (Universitas Mahasaraswati Denpasar)* (Denpasar) 5 (Desember 2024).
- Fatmawati, Noor. “GAYA HIDUP MAHASISWA AKIBAT ADANYA ONLINE SHOP.” *JURNAL PENDIDIKAN ILMU SOSIAL* 29, no. 1 (2020): 29–38. <https://doi.org/10.17509/jpis.v29i1.23722>.
- Hapsari, Zhaqiya Rizqy, dan Atika Wijaya. “Coffee shop dan gaya hidup mahasiswa perkotaan.” *Journal of Youth and Outdoor Activities* 1, no. 2 (2024): 75–90. <https://doi.org/10.61511/jyoa.v1i2.2024.1139>.
- Hermawan, Muhammad Distian Andi, dan Debi Septiani. *LITERASI KEUANGAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP PERILAKU KEUANGAN MAHASISWA: TINJAUAN LITERATUR*. 16, no. 3 (2024).
- Kenale Sada, Yohanes Maria Vianey. “Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa: Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup dan Lingkungan Sosial Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa.” *Jurnal Literasi Akuntansi* 2, no. 2 (2022): 86–99. <https://doi.org/10.55587/jla.v2i2.35>.
- Lutfi, Mohammad. “IMPLEMENTASI MAQASHID SYARIAH PADA ZAKAT PRODUKTIF DI BAZNAS DKI JAKARTA DAN LAZ DOMPET DHUAFA.” *An Nawawi* 3, no. 1 (2023): 43–52. <https://doi.org/10.55252/annawawi.v3i1.30>.
- Marzuki, Fakrurradhi. “Zakat Harta Karun (Rikaz) Menurut Perspektif Fiqh Syafi’iyah dan Hukum Positif.” *Jurnal Al-Mizan* 9, no. 1 (2022): 48–64. <https://doi.org/10.54621/jiam.v9i1.275>.
- Munawir, Kamaludin. “QANAAH: Karakter Muslim Yang Pandai Bersyukur.” *UIN Alauddin Makassar* (Makassar), t.t. Diakses 8 April 2026. [https://uin-alauddin.ac.id/tulisan/detail/qanaah--karakter-muslim-yang-pandai-bersyukur-1024#:~:text=%22Sungguh%20beruntung%20orang%20yang%20telah,Muslim%20\).](https://uin-alauddin.ac.id/tulisan/detail/qanaah--karakter-muslim-yang-pandai-bersyukur-1024#:~:text=%22Sungguh%20beruntung%20orang%20yang%20telah,Muslim%20).)
- Mustafa, Muhamad Najib, Imtiyaz Karegar, dan Khusnul Khotimah. “Krisis Identitas versus Kebingungan Peran: Analisis Integrasi Biopsikosial Remaja Era Digital.” Articles. *Jurnal Hasil Penelitian dan Pengembangan (JHPP)* (Lombok Tengah, NTB) 3 (Oktober 2025). <https://doi.org/10.61116/jhpp.v3i4.829>.
- Nursholihah, Aprilia, Intan Sholihul Nihayah, dan Raully Sijabat. *Keputusan Healing Mahasiswa Trend Atau Coping pada Tekanan Akademik*. t.t.
- Oktavia Ramadhani dan Khoirunisa Khoirunisa. “Generasi Z dan Teknologi : Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital.” *JURNAL PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL (JUPENDIS)* 3, no. 1 (2025): 323–31. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i1.2916>.
- Pujianto, Wahyu Eko, Alshaf Pebrianggara, Mochamad Rizal Yulianto, dan Aulia Widyasmara. *COFFEE SHOP DAN PERUBAHAN GAYA HIDUP MAHASISWA MUSLIM DI SIDOARJO: PERSPEKTIF TEORI MASYARAKAT KONSUMSI JEAN BAUDRILLARD*. 1 (2024).

- RAIHANUN, SITI, dan Andri Martiana. “Prilaku Komsumsi Terhadap Nilai-Nilai Islam.” Articles. *Al-Qardhu* (Lombok Timur, NTB) 4 (September 2025). <https://doi.org/10.37216/alqardhu.v4i1.2683>.
- Rambe, Yabib Fikri, Zulfahri Salim, dan Ahmad Wahyudi Zein. “Maqashid Syariah Sebagai Tujuan Ekonomi Islam.” *Journal of Business Economics and Management* 01, no. 02 (2024).
- Sari, Rizka Aliza, Hj Rosmawati, Siti Hajar N. Aepu, dan Hilda Anjarsari. *GAYA HIDUP DAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS TADULAKO*. 1, no. 1 (2024).
- Septriawan, Reza. “MEDIA SOSIAL BERPENGARUH PADA PERUBAHAN PERILAKU SOSIAL REMAJA KOTA MEDAN DI ERA DIGITAL.” *Jurnal Multidisiplin Sosial dan Humaniora* 1, no. 2 (2024): 84–102. <https://doi.org/10.70585/jmsh.v1i2.47>.
- Suryawati, Ni Kadek, Mahmudah Hasanah, Muhammad Rahmattullah, dan Syaripudin Bahar. “Analisis Faktor Eksternal dan Internal terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial.” *Jurnal Syntax Admiration* 5, no. 10 (2024): 3894–900. <https://doi.org/10.46799/jsa.v5i10.1530>.
- Tasha Aprillia, Sandra Nadya, dan Varinia Pura Damaiyanti. “Self-Love and Self-Reward: The Hidden Excuse of Consumptive Behavior On College Students.” *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development* 3, no. 2 (2022): 129–36. <https://doi.org/10.52483/ijsted.v3i2.58>.
- Wiryanto, Fadhli Suko, dan Isti'anah Rizqullah. *IMPLEMENTASI MAQASHID SYARIAH di TOKO SEWU SATUS KECAMATAN LOHBENER KABUPATEN INDRAMAYU*. 1 (2022).

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana Anda biasanya mengalokasikan uang saku bulanan Anda? Apakah ada anggaran khusus untuk kebutuhan gaya hidup seperti fashion, kopi, atau hobi lainnya?
2. Saat membeli barang bermerek atau mengikuti tren tertentu, apakah alasan utamanya adalah fungsi barang tersebut, atau ada keinginan untuk merasa relevan dan diakui di lingkungan kampus?
3. Bagaimana bentuk kegiatan "penghilang stres" yang biasa Anda lakukan? Seberapa sering kegiatan tersebut melibatkan pengeluaran biaya yang cukup besar?
4. Seberapa penting bagi Anda untuk mengunggah aktivitas konsumsi (makanan, barang baru, tempat liburan) ke media sosial? Apakah Anda merasa puas ketika mendapatkan validasi digital dari teman sebaya?
5. Bagaimana Anda mengelola keinginan untuk membeli barang secara impulsif saat melihat tren baru di internet? Apakah Anda merasa memiliki kontrol diri yang kuat dalam menghadapi godaan belanja?
6. Sejauh mana gaya hidup teman-teman di lingkungan FIAI memengaruhi standar penampilan atau pola konsumsi Anda? Apakah Anda merasa ada tekanan untuk tampil "mewah" agar tetap diterima dalam pergaulan?
7. Seberapa besar pengaruh influencer atau konten iklan di media sosial dalam membentuk keinginan Anda untuk memiliki suatu produk?
8. Apakah Anda merasa memiliki pemahaman yang cukup dalam mengelola keuangan pribadi agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif?

9. Sebagai mahasiswa FIAI, bagaimana Anda membedakan antara kebutuhan esensial (*dharuriyah*) dan keinginan pelengkap (*tahsiniah*) dalam keseharian?
10. Bagaimana Anda memaknai larangan Allah terkait perilaku boros (*tabdzir*) dan berlebih-lebihan (*israf*) dalam konteks gaya hidup mahasiswa saat ini?
11. Pernahkah Anda merasa bimbang atau mengalami konflik batin ketika gaya hidup yang dijalani dirasa bertentangan dengan prinsip kesederhanaan (*wasatiyyah*) yang diajarkan dalam Islam?
12. Menurut Anda, apakah pola konsumsi Anda saat ini sudah sejalan dengan prinsip menjaga harta (*Hifz al-Mal*) sebagai amanah, atau justru lebih cenderung merusaknya demi kesenangan sesaat?

LAMPIRAN



Gambar 1 : Wawancara Informan A



Gambar 2 : Wawancara Informan B



Gambar 3 : Wawancara Informan 3



Gambar 4 : Wawancara Informan 4



Gambar 5 : Wawancara Informan 5

CURRICULUM VITAE

Identitas Diri

Nama : Ahmad Faruq Ilham Al Hasyimi
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Tempat, Tanggal Lahir : Yogyakarta, 24 September 2002
 Alamat : Perumahan Pesona Kotagede Singosaren Banguntapan Bantul
 Alamat Email : ilham.alhasyimi@gmail.com

Pendidikan

TK : TKIT Salman Al Farisi
 SD : SDIT Luqman Al Hakim
 SMP : Ponpes Hamalatul Qur'an, Yogyakarta
 SMA : Ponpes Hamalatul Qur'an, Yogyakarta
 Perguruan Tinggi : Universitas Islam Indonesia

Pengalaman Organisasi

- Hawasi 2022/2023
- Hawasi 2023/2024

Pengalaman Lomba

- Juara 3 MHQ Tingkat Provinsi 2021
- Juara 2 MHQ Tingkat Kabupaten 2021