

ABSTRAK

MAKNA GAYA HIDUP HEDONIS PADA PEREMPUAN YANG BEKERJA DI SEKRETARIAT DPRD PROVINSI LAMPUNG

Oleh

WIDIA SARI

Penelitian ini bertujuan untuk memahami makna gaya hidup hedonis pada perempuan yang bekerja di Sekretariat DPRD Provinsi Lampung, serta mengidentifikasi faktor yang melatarbelakangi dan bentuk-bentuk gaya hidup tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari lima informan utama dan dua informan pendukung yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis dimaknai sebagai bentuk penghargaan diri (self-reward), simbol status, serta sarana membangun identitas sosial di lingkungan kerja. Faktor yang melatarbelakangi gaya hidup hedonis meliputi faktor internal seperti sikap, pengalaman, dan motivasi, serta faktor eksternal seperti lingkungan kerja, kelompok referensi, dan media sosial. Adapun bentuk gaya hidup hedonis yang ditampilkan meliputi konsumsi barang bermerek, aktivitas leisure seperti kuliner dan traveling, pencitraan sosial melalui media sosial, serta orientasi pada kepuasan diri. Dengan demikian, gaya hidup hedonis tidak hanya dipahami sebagai perilaku konsumtif, tetapi juga sebagai konstruksi sosial yang memiliki makna subjektif bagi perempuan pekerja di lingkungan birokrasi.

Kata kunci: gaya hidup hedonis, perempuan pekerja, makna sosial, konsumsi, interaksionisme simbolik

ABSTRACT

THE MEANING OF A HEDONISTIC LIFESTYLE AMONG WOMEN WORKING IN THE LAMPUNG PROVINCIAL DPRD SECRETARIAT

By

WIDIA SARI

This study aims to understand the meaning of a hedonistic lifestyle among women working at the Secretariat of the Regional House of Representatives (DPRD) of Lampung Province, as well as to identify the underlying factors and forms of such lifestyle. This research employs a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The informants consisted of five main informants and two supporting informants selected using purposive sampling. The results show that a hedonistic lifestyle is interpreted as a form of self-reward, and a means of constructing social identity in the workplace. The factors influencing this lifestyle include internal factors such as attitudes, experiences, and motivation, as well as external factors such as work environment, reference groups, and social media. The forms of hedonistic lifestyle include the consumption of branded goods, leisure activities such as culinary and traveling, social image construction through social media, and an orientation toward personal satisfaction. Therefore, a hedonistic lifestyle is not merely seen as consumptive behavior but also as a social construction with subjective meanings for working women in a bureaucratic environment.

Keywords: Hedonistic Lifestyle, Working Women, Social Meaning, Consumption, Symbolic Interactionism