
KAITAN 7 CORE VALUE “BerAKHLAK” dengan PERILAKU GAYA HIDUP HEDONISME APARATUR SIPIL NEGARA (ASN) TAHUN 2023

(The Relationship Of The 7 (Seven) Core Value "BerAKHLAK" With The Hedonism Lifestyle Behavior Of State Civil Apparatus (ASN) In 2023)

Ladiasari

(UPT. Puskesmas Tanjung Binga)

e-mail: ladiasari2708@gmail.com

ABSTRAK

Bagi seorang ASN, hedonisme merupakan pelanggaran kode etik. Perilaku hedonisme lebih mengarah pada membeli barang namun sebenarnya yang bersangkutan tidak terlalu membutuhkan. Hal ini berarti mereka mengutamakan kesenangan di atas manfaat atau kebutuhan. Tujuan penelitian ini ingin melihat sejauh mana seorang ASN mengetahui 7 (tujuh) *Core Value* terhadap perilaku gaya hidup hedonisme. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana peneliti menggunakan wawancara dan observasi langsung kepada partisipan. Partisipan yang diambil peneliti sebanyak 6 (enam) orang. Hasil penelitian mengatakan bahwa loyalnya seorang ASN tidak didapat dari mereka sebagai ASN saja tetapi mereka mempunyai usaha-usaha lain seperti mendirikan apotik sendiri, membuka praktek sendiri, mempunyai perkebunan sendiri, memiliki usaha-usaha kecil lainnya. Walaupun sebagian dari mereka tidak menerapkan hidup hedonisme mereka tetap memegang teguh 7 (tujuh) *Core Value* ASN yang disingkat “BerAKHLAK” yang bisa jabarkan sebagai berikut Berorientasi pelayanan, Akuntabel, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif.

Kata Kunci: Hedonisme, perilaku gaya hidup, ASN, *Core Value*.

ABSTRACT

For an ASN, hedonism is a violation of the code of ethics. Hedonistic behavior is more directed towards buying things but actually the person concerned doesn't really need them. This means they prioritize pleasure above benefits or needs. The aim of this research is to see to what extent an ASN knows the 7 (Seven) Core Values regarding hedonistic lifestyle behavior. This research method uses a qualitative method where researchers use interviews and direct observation of informants. The informants taken by researchers were 6 (six) people. The results of the research show that the loyalty of an ASN does not only come from them being an ASN but from having other businesses such as setting up their own pharmacy, opening their own practice, having their own plantation, owning other small businesses. Even though some of them do not live a hedonistic life, they still adhere to the 7 (seven) Core Values of ASN, abbreviated as "BerAKHLAK", which can be described as follows: Service-oriented, Accountable, Competent, Harmonious, Loyal, Adaptive and Collaborative.

Keywords: Hedonic, Lifestyle, ASN (State Civil Servants), Core Value.

A. PENDAHULUAN

Hedonisme adalah sifat yang buruk. Hedonisme adalah kebalikan dari sifat hidup seadanya atau sederhana. Bagi seorang ASN, hedonisme merupakan pelanggaran kode etik (Herru Widiatmanti, 2023) Perilaku hedonisme lebih mengarah pada membeli barang namun sebenarnya yang bersangkutan tidak terlalu membutuhkan. Hal ini berarti mereka mengutamakan kesenangan di atas manfaat atau kebutuhan.

Hedonisme adalah salah satu istilah yang barangkali sudah sering Anda dengar dalam kehidupan sehari-hari. Istilah ini lazim dimaknai sebagai gaya hidup boros yang sepatutnya dihindari.

Secara harfiah kata hedonisme berasal dari bahasa Yunani *'hedone'* yang memiliki arti kesenangan. Hedonisme adalah sebuah ideologi atau pandangan hidup yang meyakini jika kebahagiaan hanya bisa didapat dengan cara mencari kesenangan sebanyak-banyaknya dan menghindari perasaan menyakitkan.

Dalam filsafat, hedonisme adalah aliran yang menganggap bahwa kebahagiaan adalah hal terpenting dalam hidup, dan menegaskan jika kebahagiaan dapat dicapai melalui pemenuhan kebutuhan dan hasrat pribadi. Aliran ini turut berpendapat bahwa kebahagiaan seharusnya menjadi tujuan utama dalam hidup seseorang dan segala sesuatunya akan memiliki nilai jika mampu membuat kita bahagia.

Sedangkan pemaknaan kata hedonisme dalam gaya hidup mengacu pada tindakan dan kebiasaan yang berfokus pada pemenuhan hasrat dan kenikmatan pribadi, seperti berlebihan dalam konsumsi makan, minum, dan belanja, serta menghabiskan waktu dan uang untuk aktivitas yang hanya memuaskan keinginan pribadi (Umi Zuhriyah, 2023).

Dari pengertian yang ada ini dapat kita

simpulkan jika hedonisme adalah gaya hidup yang fokus pada kenikmatan serta kepuasan pribadi tanpa mementingkan dampaknya terhadap diri sendiri maupun lingkungan sekitar. Hedonisme sangat erat kaitannya dengan kekayaan, kenikmatan batin, kekuasaan, kebebasan, dan sebagainya.

Hedonisme adalah pandangan yang menganggap bahwa setiap kesenangan dan kenikmatan dalam bentuk materi merupakan tujuan utama dalam hidup seseorang (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2023). Hedonisme sebagai doktrin yang menyatakan jika kesenangan adalah hal yang paling penting di dunia. Kesenangan atau kenikmatan merupakan tujuan hidup dan tindakan manusia (Collin Gem, 1993). Hedonisme adalah sesuatu yang dianggap baik, sesuai dengan kesenangan yang didatangkannya (Burhanuddin, 2010). Hedonisme merupakan suatu anggapan bahwa kesenangan atau kenikmatan adalah tujuan akhir hidup dan yang baik yang tertinggi (Pospoprodijo, 2010).

Gaya hidup hedonis merupakan suatu dorongan individu untuk berperilaku dengan memegang prinsip kesenangan duniawi (Benthem, 2004).

Gaya hidup adalah kegiatan dimana individu dapat menghabiskan waktu yang dimilikinya serta menghamburkan uang dengan cuma-cuma (Engel, Blackwell, & Miniard, 1994).

Jadi dapat kita tarik kesimpulannya bahwa gaya hidup hedonisme adalah kesenangan pribadi yang berlebihan dan merupakan kebiasaan yang buruk.

Aparatur Sipil Negara (ASN) adalah pegawai yang bekerja pada instansi pemerintah, baik di tingkat pusat maupun daerah. ASN dipilih dan diangkat untuk menjalankan tugas-tugas pemerintahan dan digaji berdasarkan peraturan perundang-undangan.

7 Core Value "BerAKHLAK" adalah

merupakan akronim dari Berorientasi Pelayanan, Akuntabel, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif. Adanya *Core Values* ASN ini sebagai sari dari nilai-nilai dasar ASN sesuai dengan (Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2014) tentang Aparatur Sipil Negara dalam satu kesamaan persepsi yang lebih mudah dipahami dan diterapkan oleh seluruh ASN. Core Value “BerAKHLAK” adalah sebagai berikut :

1. Berorientasi Pelayanan: Memahami dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Ramah, cekatan, solutif, dan dapat diandalkan, Melakukan perbaikan tiada henti;
2. Akuntabel: Melaksanakan tugas dengan jujur, bertanggung jawab, cermat, serta disiplin dan berintegritas tinggi, Menggunakan kekayaan dan barang milik negara secara bertanggung jawab, efektif dan efisien, Tidak menyalahgunakan kewenangan jabatan;
3. Kompeten: Meningkatkan kompetensi diri untuk menjawab tantangan yang selalu berubah., Membantu orang lain belajar, Melaksanakan tugas dengan kualitas terbaik;
4. Harmonis: Menghargai setiap orang apapun latar belakangnya, Suka menolong orang lain, Membangun lingkungan kerja yang kondusif;
5. Loyal: Memegang teguh ideologi Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, Setia kepada NKRI serta pemerintahan yang sah, Menjaga nama baik sesama ASN, pimpinan, instansi dan negara, serta menjaga rahasia jabatan dan negara;
6. Adaptif: Cepat menyesuaikan diri menghadapi perubahan, Terus berinovasi dan mengembangkan kreativitas, Bertindak proaktif;
7. Kolaboratif: Memberi kesempatan kepada berbagai pihak untuk berkontribusi, Terbuka dalam bekerja

sama untuk menghasilkan nilai tambah, Menggerakkan pemanfaatan berbagai sumber daya untuk tujuan bersama.

Penelitian yang dilakukan oleh (Ranti Tri Ansaraini dan Fauzan Heru Santoso 2017) “Hubungan Antara Gaya Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja” menyatakan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif remaja.

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “gaya hidup hedonisme dikalangan mahasiswa universitas sam ratulangi” menyatakan bahwa terdapat hubungan hedonisme dengan perilaku gaya hidup” (Vionnalito Jennyya dan Maria Heny Pratiknjo, 2021).

Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh (Adinda Vira Eka Reynata dan Reza Fantino, 2022) “Perubahan Gaya Hidup Hedonisme Pada Kalangan Mahasiswa Rantau di Kota Surabaya” menyatakan bahwa terdapat perubahan gaya hidup yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

Penelitian yang dilakukan oleh (Dewi Nur Ambadra, 2018) “Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa” menyatakan bahwa gaya hidup pada mahasiswa adalah adanya rasa ingin selalu hidup enak, instan, tidak mau ribet akan satu hal.

Berdasarkan penelitian oleh Sri Ratna Sari, Sriandriani, dan Putri Reno Kemala Sari, 2021) dengan judul “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Keuangan Aparatur Sipil Negara (ASN) Wanita di Sumbawa Besar” menyatakan bahwa hubungan ini mengandung arti bahwa semakin baik atau tinggi literasi keuangan, maka akan semakin tinggi atau baik perilaku keuangan Aparatur Sipil Negara (ASN) dikawasan Sumbawa Besar.

Hasil observasi dan wawancara awal yang dilakukan oleh peneliti pada bulan September 2023 dengan Kepala Puskesmas UPT. Puskesmas Tanjung Binga

mengatakan bahwa ASN dengan hedonisme ada kaitannya terlebih untuk ASN yang sudah memiliki jabatan mereka ingin terlihat “wah” “berwibawa” “keren” dan “bergengsi” itulah yang mencerminkan mereka menganut hedonisme jadi bisa dijadikan pribahasa yaitu “besar pasang dari pada tiang”. Menurut beliau hedonisme itu sendiri adalah buang-buang duit sesuatu yang tidak mempunyai manfaat sama sekali hanya mengandalkan gengsi beli memberikan contoh salah satunya sebagai berikut “mau punya tas bermerk biar kelihatan WAH padahal mau berapapun harga nya kegunaan dan manfaat tas adalah untuk menyimpan keperluan seseorang “SAMA” dan maaf saya bukan penganut itu karena tidak sesuai dengan pendapatan.

Hasil wawancara dengan Kasubag. TU UPT. Puskesmas Tanjung Binga mengatakan bahwa hedonisme rasa tidak pernah puas, punya ambang rasa senang yang tinggi bahkan tidak terjangkau, selalu merasa kurang dan dekat dengan kufur. Menurut beliau perilaku hedonisme terhadap gaya hidup beliau sebagai ASN itu terlalu sulit beliau memilih membatasi diri serta tidak mengikuti trend apalagi terkait gaya maunya jadi *trend setter* dan memilih realitas saja tetapi beliau tidak pernah memandang yang aneh terhadap orang-orang yang terlihat hedon dan beliau tidak anggap mereka mampu dan beliau tidak. Selogan hidup beliau adalah “*life is a choice*”.

Hasil wawancara dengan salah satu dokter di UPT. Puskesmas Tanjung Binga mengatakan bahwa hedon yang dia miliki tidak didapat dari hasil beliau dari menjadi ASN tetapi dari hasil kerja keras sendiri dengan membuka praktek klinik sendiri.

Hal ini diperkuat dari hasil observasi langsung peneliti pada bulan September 2023 kebiasaan yang sering dilihat adalah jika mengambil cuti pegawai lebih memilih melakukan perjalanan keluar kota bersama keluarga ketempat tempat baru untuk menghabiskan masa cuti bersama

keluarga mereka dan ada beberapa yang memilih wisata lokal atau memilih *Staycation* disalah satu hotel bahkan berlibur ke luar negeri tetapi itu tidak dilakukan terus menerus. Pada sebgaiian ASN lainnya mengatakan gaya hidup hedon yang mereka miliki tidaklah semata-mata hanya mengandalkan sebagai ASN tetapi mereka mempunyai usaha-usaha tersendiri misalkan membuka praktek sendiri, mempunyai apotik sendiri, mempunyai perkebunan, dan usaha kecil lainnya.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif karena akan melakukan pendekatan yang meneliti kehidupan hedonisme pada kalangan Aparatur Sipil Negara (ASN) di UPT. Puskesmas Tanjung Binga. Tujuan dari penelitian kualitatif ini adalah untuk mendapatkan informasi secara mendalam dan lengkap dari data yang telah dikumpulkan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara untuk mengumpulkan informasi lebih jauh. Maka pertanyaan yang diajukan akan memiliki format yang terbuka, menyajikan data dan menarik kesimpulan. Peneliti harus berusaha masuk dan memahami gambaran konseptual para informan yang diteliti agar dapat memahami apa serta bagaimana suatu makna dikembangkan oleh mereka dalam peristiwa yang terjadi di kehidupan sehari-hari.

Lokasi penelitian ini berada di Kepulauan Bangka Belitung tepatnya di Belitung desa Tanjung Binga dan melakukan observasi terhadap pegawai UPT. Puskesmas Tanjung Binga Aparatur Sipil Negara (ASN) UPT. Puskesmas Tanjung Binga Kepulauan Bangka Belitung yang memiliki pola hidup hedonisme alasan penulis memilih pegawai UPT. Puskesmas Tanjung Binga karena UPT. Puskesmas Tanjung Binga adalah tempat kerja penulis saat ini.

Gambaran Partisipan EM.

Partisipan pertama adalah seorang apoteker berinisial EM bekerja di UPT. Puskesmas Tanjung Binga dengan masa kerja 5-7 tahun. Partisipan berjenis kelamin perempuan dan berusia 35 tahun. Berstatus menikah dengan 2 orang anak.

Partisipan kedua adalah seorang ahli kesehatan masyarakat berinisial PP bekerja di UPT. Puskesmas Tanjung Binga dengan masa kerja 5-7 tahun. Partisipan berjenis kelamin perempuan dan berusia 35 tahun. Berstatus menikah dengan 2 orang anak.

Partisipan ketiga adalah seorang dokter gigi berinisial EVC bekerja di UPT. Puskesmas Tanjung Binga dengan masa kerja 2-5 tahun. Partisipan berjenis kelamin perempuan dan berusia 32 tahun. Berstatus belum menikah.

Partisipan keempat adalah seorang dokter umum berinisial PM bekerja di UPT. Puskesmas Tanjung Binga dengan masa kerja 2-5 tahun. Partisipan berjenis kelamin perempuan dan berusia 30 tahun. Berstatus menikah dengan 1 orang anak.

Partisipan kelima adalah seorang sarjana komunikasi berinisial IP bekerja di UPT. Puskesmas Tanjung Binga dengan masa kerja 3-5 tahun. Partisipan berjenis kelamin perempuan dan berusia 30 tahun. Berstatus belum menikah.

Partisipan keenam adalah seorang ahli kesehatan masyarakat berinisial I bekerja di UPT. Puskesmas Tanjung Binga dengan masa kerja 1-3 tahun. Partisipan berjenis kelamin perempuan dan berusia 25 tahun. Berstatus belum menikah.

Tabel 1.
Partisipan

No	Subjek	Usia	Pekerjaan	Pendidikan	Status
1	EM (Perempuan)	35	PNS	S1 (APOTEKER)	MENIKAH
2	PP (Perempuan)	35	PNS	S2 (SKM)	MENIKAH
3	EVC (Perempuan)	32	PNS	S1(DOKTER GIGI)	BELUM MENIKAH
4	PM (Perempuan)	30	PNS	S1 (DOKTER UMUM)	MENIKAH
5	IP (Perempuan)	30	HONOR DAERAH	S1 (KOMPUTER)	BELUM MENIKAH
6	I (Perempuan)	25	HONOR DAERAH	S1(SKM)	BELUM MENIKAH

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah wawancara semi intrastuktur yaitu dengan menyusun *guide interview* atau panduan wawancara terlebih. Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “ gaya hidup hedonisme pada mahasiswa” (Dewi Nur Ambadra, 2018) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis pada

mahasiswa adalah adanya rasa ingin selalu hidup enak, instan, dan tidak mau ribet. Semua keinginan dan kemauan yang selalu terpenuhi membuat subjek memiliki gaya hidup yang tidak mau susah. Adapun garis besar pertanyaan yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

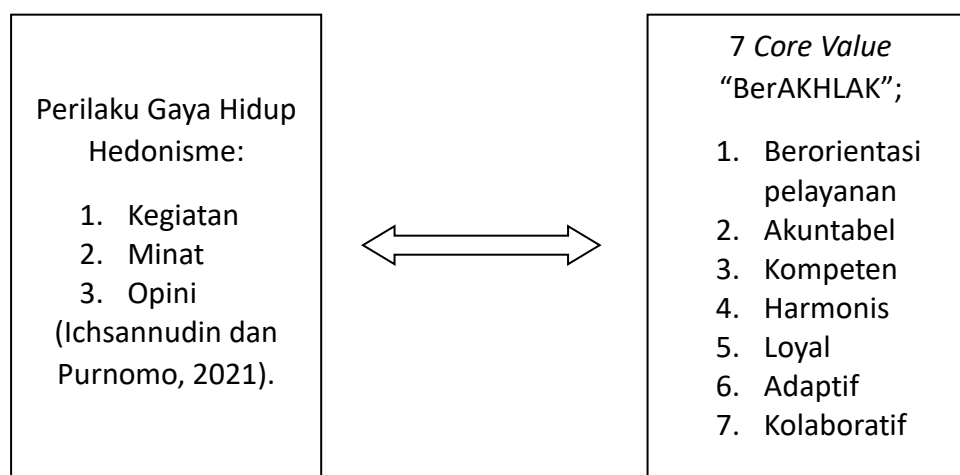
Tabel 2.
Guide Interview

No	Aspek	Pertanyaan
1	Kegiatan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kegiatan apa saja yang anda lakukan diwaktu luang? 2. Seberapa sering anda pergi keluar rumah ? 3. Berapa kali anda makan/minum di kafe atau restoran dalam seminggu? 4. Berapa uang yang anda habiskan untuk sekali makan minum di kafe atau restoran? 5. Biasanya anda pergi keluar rumah bersama siapa saja?
2	Minat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hal-hal apa saja membuat anda tertarik untuk melakukan sesuatu? 2. Apakah anda mengikuti mode terbaru? 3. Berapa banyak barang <i>branded</i> yang anda miliki? 4. Barang dengan kualitas seperti apa yang anda minati? 5. Dimana saja anda pergi rekreasi? 6. Apa yang anda lakukan jika menginginkan sesuatu?
3	Opini	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa yang anda rasakan Ketika membeli barang <i>branded</i>? 2. Hal-hal apasaja yang diperlukan atau harus dilakukan untuk menunjang gaya hidup anda? 3. Bagaimana cara memenuhi kebutuhan atau keinginan anda ? 4. Model transaksi pembayaran yang seperti apa yang anda sukai? 5. Apa harapan anda untuk kehidupan anda?

C. KERANGKA TEORI ATAU KERANGKA KONSEP

Kerangka konsep pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 1.
Kerangka konsep



Pada teori perilaku gaya hidup hedonisme (Ichsannudin dan Purnomo, 2021) yaitu kegiatan, minat, opini. Gaya hidup berkaitan erat dengan perkembangan

zaman dan teknologi. Semakin bertambahnya zaman canggih teknologi, maka semakin berkembang pula penerapan gaya hidup oleh manusia dalam kehidupan

sehari-hari. Aspek-aspek gaya hidup hedonisme antara lain:

1. Kegiatan.

Tindakan nyata seperti banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak membeli barang-barang yang kurang diperlukan, pergi ke pusat perbelanjaan dan kafe. Walaupun tindakan ini dapat dipahami, tetapi kegiatan ini tidak dapat diukur secara langsung;

2. Minat.

Seperti hal dalam berpenampilan, makanan, benda-benda mewah, tempat kumpul, dan selalu ingin jadi pusat perhatian;

3. Opini.

Adalah “jawaban” lisan atau tertulis yang diberikan sebagai respon terhadap situasi stimulasi dimana semacam “pertanyaan” diajukan. Opini digunakan untuk mendeskripsikan pemikiran, harapan, dan evaluasi dalam perilaku.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Aktivitas hedonisme sendiri mencakup banyak hal, namun gaya hidup Hedonisme yang sering kita temui pada para ASN adalah liburan keluar kota bersama keluarga, belanja *Online*, *Staycation* di hotel, berlibur keluar negeri bagi sebagian ASN tetapi mereka hedon bukan hasil dari sebagai ASN tetapi sebagian dari mereka memiliki usaha sendiri, membuka praktek sendiri, memiliki perkebunan sendiri, mempunyai apotik sendiri dan memiliki usaha kecil lainnya dikarena kan pendapatan yang mereka dapatkan lebih besar dari pada sebagai ASN. Akar masalah gaya hidup dan perilaku hedon berasal dari cara pandang /mindset tentang tujuan hidup dan nilai-nilai yang diyakini. Mereka yang bergaya hidup hedon sebenarnya sedang mengalami *hedonic treadmill*, yaitu orang yang berlari dan mengejar kesenangan namun tetap berada di tempat. Hedonisme ASN paling dapat dilihat seperti nongkrong di *Cafe-Cafe*, *Staycation* hotel, warung-

warung kopi dimana yang kita ketahui, bahwa belitung ini memiliki lebih dari 1001 warung kopi dengan *Cafe-Cafe Modern* kekinian yang digemari oleh anak muda. Mereka selalu menghabiskan waktu mereka ditempat itu.

Sifat pribadi dari seorang ASN yang cenderung sering menghambur-hamburkan uang hanya untuk bersenang-senang tanpa tujuan pasti. Hidup mereka bahagia dan akan terus mencari kesenangan itu sampai mereka merasa puas. hal ini bisa menjadi dampak positif karena bisa menghilangkan stres akibat tugas dan tanggung jawab yang menumpuk. Menurut Collis Gem (1993) hedonisme adalah sebuah pengertian dari doktrin yang mengatakan bahwa kesenangan adalah hal yang sangat penting dari hidup.

Gaya hidup Hedonisme ini tidak menutup kemungkinan untuk mereka lepas dari tanggung jawab mereka sebagai ASN dikarenakan tidak semua kehedonan yang mereka capai merupakan hasil dari pendapatan sebagai ASN. Mereka tetap menerapkan 7 (Tujuh) *Core Value* dalam bekerja tetap profesional dan bertanggung jawab atas pekerjaan mereka sebagai seorang ASN. Mungkin untuk ASN dikalangan kepulauan seperti kami tingkat hedonisme hanya sekedar bersantai di *Cafe-Cafe* atau tempat lainnya, menginap di penginapan bersama keluarga, jalan-jalan ke wisata pantai diluar itu mungkin itu kesenangan yang bisa diambil karena realitas saja hidup ada di tangan kita sendiri. Dapat kita tarik kesimpulannya hedonisme bisa menjadi dampak positif jika bisa mengatasinya dengan baik namun bisa berubah menjadi dampak buruk jika hedonisme tidak disikapi dengan baik. Kegiatan nongkrong bukanlah kegiatan istimewa serta sering kita temukan dalam kehidupan setiap orang, namun terdapat perbedaan bagi ASN satu dengan lainnya. Cara pandangan mengenai hedonisme dikalangan ASN sangatlah bervariasi, berbeda-beda pula. Mungkin ada sebagai

ASN yang mengatakan bahwa keluar negeri adalah hal yang wajib untuk menyenangkan kehidupannya, ada pula yang mengatakan membeli tas *branded* adalah hal yang mewah, ada pula yang mengatakan bahwa semua itu tergantung dari pemikiran dan keinginan masing-masing pribadi.

Dari pernyataan-pernyataan yang telah peneliti tuangkan pada saat wawancara maka dapat kita simpulkan jawaban dari keenam partisipan kita terhadap judul:

“KAITAN 7 CORE VALUE “BerAKHLAK” dengan PERILAKU GAYA HIDUP HEDONISME APARATUR SIPIL NEGARA (ASN)”.

Tabel 3.

Pertanyaan pertama “Sering berbelanja melalui *online*”

Partisipan	Jawaban
1	Ya karena lebih praktis
2	Ya karena tidak ribet
3	Ya karena malas keluar panas
4	Tidak
5	Ya karena lebih menghemat waktu
6	Ya karena lebih mudah

Berdasarkan pernyataan diatas diketahui bahwa partisipan mengatakan;

“Ya lebih hemat aja, lebih praktis dan ga perlu berpanas-panasan ke pasar cukup punya kuota aja” (P1)

“Ya karena tidak ribet” (P2)

“Ya karena malas keluar panas” (P3)

“Tidak“ (P4)

“Ya karena lebih menghemat waktu” (P5)

“Ya karena lebih mudah” (P6)

Keenam partisipan memilih berbelanja online karena mereka merasa lebih praktis, tidak ribet, tidak keluar rumah, menghemat waktu dan lebih mudah, tetapi ada salah satu informan yang mengatakan “TIDAK”.

Pertanyaan kedua “Merasa setiap kegiatan harus diabadikan di media sosial”;

“Tidak” (P1)

“Tidak” (P2)

“Tidak” (P3)

“Tidak” (P4)

“Tidak” (P5)

“Ya” (P6)

Pertanyaan ketiga “Merasa ingin membeli sesuatu setelah barang-barang di media sosial”;

“Ya” (P1)

“Tidak karena belum tentu barang tersebut dibutuhkan” (P2)

“Tidak” (P3)

“Tidak mungkin tidak dibutuhkan” (P4)

“Tidak” (P5)

“Tidak ga penting ya ga dibeli” (P6)

Pertanyaan keempat “Memiliki ketergantuan dengan kuota *internet* atau *wifi*”;

“Tidak” (P1)

“Tidak” (P2)

“Ya karena kebutuhan untuk mengetahui info info *terupdate*” (P3)

“Ya pentinglah” (P4)

“Ya karena kalo ga punya itu gabisa mengetahui informasi” (P5)

“Ya karena mengetahui zaman dan info *terupdate* dari sini” (P6)

Pertanyaan kelima “*gadget* sudah menjadi barang yang sangat penting”;

“Ya media berkomunikasi” (P1)

“Ya” (P2)

“Ya sangat penting untuk menerima dan memberi informasi” (P3)

“Ya” (P4)

“Ya sumber informasi” (P5)

“Ya” (P6)

Pertanyaan keenam “memiliki geng”;

“Tidak” (P1)

“Tidak” (P2)

“Tidak” (P3)

“Tidak” (P4)

“Tidak” (P5)

“Tidak” (P6)

Pertanyaan ketujuh “teman mempengaruhi dalam mengikuti *trend*”;
 “Tidak” (P1)
 “Tidak” (P2)
 “Tidak” (P3)
 “Tidak” (P4)
 “Tidak” (P5)
 “Tidak” (P6)

Pertanyaan ketujuh “teman mempengaruhi dalam mengikuti *trend*”;
 “Tidak” (P1)
 “Tidak” (P2)
 “Tidak” (P3)
 “Tidak” (P4)
 “Tidak” (P5)
 “Tidak” (P6)

Pertanyaan kedelapan “memiliki geng yang cenderung memiliki gaya hidup mewah”;
 “Tidak realitas saja” (P1)
 “Tidak” (P2)
 “Tidak” (P3)
 “Ya” (P4)
 “Tidak” (P5)
 “Tidak” (P6)

Pertanyaan kesembilan “lebih sering ke *mall* atau ketempat *hangout* atau di rumah”

“Tidak” (P1)
 “Tidak” (P2)
 “Tidak ada mall” (P3)
 “Tidak” (P4)
 “Tidak disini tidak ada *mall* adanya warung kopi” (P5)
 “Ya” (P6)

Pertanyaan kesepuluh “teman sering mengajak ke mall atau tempat hangout yang mahal”;
 “Tidak disini ga ada mall” (P1)
 “Tidak” (P2)
 “Tidak” (P3)
 “Tidak” (P4)
 “Tidak” (P5)
 “Ya” (P6)

Pertanyaan kesebelas “memiliki keinginan untuk memiliki *handphone* terbaru”;
 “Tidak pakai saja yang ada toh fungsinya sama kalo hanya untuk gaya-gayaan” (P1)
 “Tidak sama ajah kegunaannya” (P2)
 “Ya harus mengikuti *trend* dong” (P3)
 “Tidak fungsi dan kegunaannya sama saja ” (P4)
 “Tidak fungsinya sama ” (P5)
 “Tidak yang ada aja digunakan ” (P6)

Tabel 4

Pertanyaan Partisipan

Pertanyaan	1	2	3	4	5	6
2. Merasa setiap kegiatan harus diabadikan di media sosial	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya
3. Merasa ingin membeli sesuatu setelah barang-barang di media sosial	Ya	Tidak karena belum tentu barang tersebut dibutuhkan	Tidak	Tidak mungkin tidak dibutuhkan	Tidak	Tidak ga penting ya ga beli

4. Memiliki ketergantungan dengan kuota <i>internet</i> atau <i>wifi</i>	Tidak	Tidak	Ya karena kebutuhan untuk mengetahui info-info <i>terupdate</i>	Ya pentinglah	Ya karena kalo ga punya itu ga bisa mengetahui informasi	Ya karena mengetahui zaman dan info <i>terupdate</i> dari sini
5. Gadget sudah menjadi barang yang sangat penting	Ya media berkomunikasi	Ya	Ya sangat penting untuk menerima dan memberi informasi	Ya	Ya sumber informasi	Ya
6. Memiliki geng	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
7. Teman mempengaruhi dalam mengikuti <i>trend</i>	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
8. Memiliki geng yang cenderung memiliki gaya hidup mewah	Tidak realitas saja	Tidak	Tidak	Ya	Tidak	Tidak
9. Lebih sering ke <i>mall</i> atau ketempat <i>hangout</i> atau di rumah	Tidak	Tidak	Tidak ada mall	Tidak	Tidak disini tidak ada mall adanya warung kopi	Ya
10. Teman sering mengajak ke mall atau tempat <i>hangout</i> yang mahal	Tidak disini tidak ada mall	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Ya
11. Memiliki keinginan untuk memiliki <i>handphone</i> terbaru	Tidak pakai saja yang ada toh fungsinya sama kalo hanya untuk gaya-gayaan	Tidak sama aja kegunaannya	Ya harus mengikuti <i>trend</i> dong	Tidak fungsi dan kegunaannya sama saja	Tidak fungsinya sama	Tidak yang ada saja digunakan
12. Berbelanja ke <i>mall</i> hal yang biasa	Ya	Tidak	Ya	Ya	Tidak	Tidak
13. Perawatan diri adalah hal yang wajar	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
14. <i>Shopping</i> sesuatu kebutuhan	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya

15. Menaiki kendaraan mewah merupakan sesuatu yang biasa	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
16. Individu yang suka mengikuti tren merupakan penganut hedonisme	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
17. Individu yang menganut hedonisme selalu berusaha mendapatkan apa yang diinginkan	Tidak	Ya	Ya	Ya	Tidak	Tidak
18. Merasa gengsi jika tidak memakai barang <i>branded</i>	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
19. Memiliki teman pergaulan itu sangat penting menentukan tingkat popularitas	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak	Tidak
20. Berbelanja diluar kebutuhan termasuk gaya hidup hedonisme	Tidak	Tidak	Tidak	Ya	Ya	Ya

Pertanyaan kedua belas “berbelanja ke *mall* hal yang biasa” dapat kita simpulkan bahwa 3 tiga partisipan menjawab “YA” dan 3 menjawab “TIDAK” jadi menurut partisipan bahwa belanja di *mall* itu hak yang biasa saja.

Pertanyaan ketiga belas “perawatan diri adalah hal yang wajar“. Semua

partisipan mengatan ya berarti mereka setuju akan perawatan itu penting.

Pertanyaan keempat belas “*shopping* sesuatu kebutuhan” 3 (tiga) partisipan menjawab ya dan 3 (tiga) partisipan lainnya menjawab “TIDAK”.

Pertanyaan kelima belas “memiliki kendaraan mewah merupakan sesuatu yang

biasa". Semua partisipan menjawab "TIDAK" mereka tidak setuju bahwa memiliki kendaraan mewah itu hal yang biasa.

Pertanyaan keenam belas "individu yang suka mengikuti tren merupakan penganut hedonisme". Semua partisipan menjawab "TIDAK" yang menunjukkan bahwa mereka bukan penganut hedonisme yang kuat.

Pertanyaan ketujuh belas "individu yang menganut hedonisme selalu berusaha mendapatkan apa yang diinginkan". 3 (tiga) menjawab "YA" dan 3 (tiga) menjawab "TIDAK".

Pertanyaan kedelapan belas "merasa gengsi jika tidak memakai barang *branded*" semua partisipan menjawab "TIDAK".

Pertanyaan kesembilan belas "memiliki teman pergaulan itu sangat penting menentukan tingkat popularitas". Semua jawaban partisipan "TIDAK" dapat kita tarik kesimpulan bahwa pergaulan buka satu faktor untuk berhedonisme.

Pertanyaan kedua puluh "berbelanja diluar kebutuhan termasuk gaya hidup hedonisme". Partisipan menjawab 3 (tiga) "YA" dan 3 (tiga) "TIDAK".

E. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup hedonis pada ASN adalah tidak didapat dari pendapatan mereka sebagai ASN melainkan didapat dari usaha yang mereka dirikan tetapi meskipun itu bereka tetap memagang teguh 7 (Tujuh) *Core Value* dalam bekerja, bertanggungjawab atas pekerjaan, disiplin atas segala pekerjaan yang ada sebagai ASN. Oleh karena itu seluruh ASN harus terus menjaga marwah ASN sebagai pelayan publik yang bertanggung jawab terhadap tugas dan kepercayaan publik yang diberikan. Hedonisme adalah bentuk pengkhianatan terhadap *core values* ASN

BerAkhlaq. Mari bentengi diri dari gaya hidup dan perilaku hedon!. Realitas Hidup seorang ASN sangatlah penting. Kegiatan yang dilakukan mengarah pada kesenangan, memiliki ketertarikan terhadap suatu hal yang dianggap penting dan ingin berbeda dengan lingkungan di sekitarnya serta memiliki harapan yang mengarah pada kesenangan sendiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Ansarni Ranti Tri (2017). Hubungan Antara Gaya Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja. Jakarta.
- Burnaiddin, S. 1997. Etika Sosial Asas Moral Dalam Kehidupan manusia. Jakarta; Rineka Cipta.
- GEM, C. 1993. Kamus Saku Biologi. Jakarta: PT. Erlangga.
- Ichsannudin dan Pur (2021). Ichsannudin & Hery Purnomo. (2021). Analisis Gaya Hedonis status Sosial Variasi.
- Ichsannudin & Hery Purnomo. (2021). Analisis Gaya Hedonis status Sosial Variasi.
- Ichsannudin & Hery Purnomo. (2021). Analisis Gaya Hedonis status Sosial Variasi.
- Ichasannudin dan Hery Purnomo (2021). Analisis gaya hedonis status sosialvariasi. Produk. Jawa Barat: Media Sains Indonesia.
- Jennyya, V., Pratiknjo, M.H. and Rumampuk, S., 2021. Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi. Holistik, Journal Of Social and Culture. ISSN: 1979-0481.
- Nur Dewi (2018). Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa. Jakarta.
- Ratna Sri (2021). Pengaruh literasi keuangan dan gaya hidup terhadap perilaku keuangan Aparatur Sipil Negara (ASN). Jakarta.

- Sari, D. N. (2015). Perbedaan Gaya Hidup Mahasiswa Ditinjau Dari Status Ekonomi Dan Jenis Kelamin Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman. *Jurnal Psikologi*, 2 (3), 338-347.
- Sepriadi, Antonius. 2010. Pengaruh Gaya Hidup yang Hedonisme dengan Pelanggaran Kode Etik UNILA pada Mahasiswa PPKn FKIP Universitas Lampung Angkatan 2007-2009. Lampung: Universitas Lampung (UNILA).
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1994). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Bina Pustaka Aksa.
- UU No 5 Tahun 2014 tentang Aparatur Sipil Negara. Jakarta.
- Vira Adinda Eka (2022). *Perubahan Gaya Hidup Hedonisme Pada Kalangan Mahasiswa Rantau di Kota Surabaya*. Surabaya.
- Widiatmanti, Herru. (2023). *Hedonisme vs Core Values ASN*. Jakarta: Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan.