

**REPRESENTASI GAYA HIDUP DARI *SHOPAHOLIC*  
KE *MINDFULNESS LIVING* PADA KANAL YOUTUBE PANGKATENAM  
PERSPEKTIF OTENTISITAS MANUSIA SOREN KIERKEGAARD**

**Skripsi**

Diajukan Memenuhi Sebagian

Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Agama (S.Ag.)

Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam



**UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A**

Oleh :

**DWI AYU ANGRAINI**

**E01219009**

**PROGRAM STUDI AQIDAH DAN FILSAFAT ISLAM  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN FILSAFAT  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA**

**2023**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Dwi Ayu Angraini

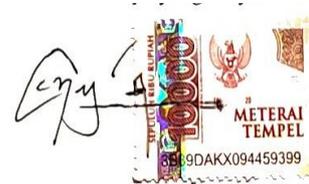
NIM : E01219009

Program Studi : Aqidah dan Filsafat Islam

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 10 Januari 2023

Saya yang meyatakan,



**Dwi Ayu Angraini**  
**E01219009**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Representasi Gaya Hidup dari *Shopaholic* ke *Mindfulness Living* pada Kanal YouTube Pangkatenam Perspektif Otentisitas Manusia Soren Kierkegaard” yang ditulis oleh Dwi Ayu Angraini telah disetujui pada tanggal 10 Januari 2023.

Surabaya, 10 Januari 2023

Pembimbing,



Nur Hidayat Wakhid Udin, S.H.I, M.A.  
NIP. 198011262011011004

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi berjudul “Representasi Gaya Hidup dari *Shopaholic* ke *Mindfulness Living* pada Kanal YouTube Pangkatenam Perspektif Otentisitas Manusia Soren Kierkegaard” yang ditulis oleh Dwi Ayu Angraini telah diuji di depan Tim Penguji pada tanggal 13 Januari 2023

Tim Penguji:

Nur Hidayat Wakhid Udm, S.H.I, M.A.



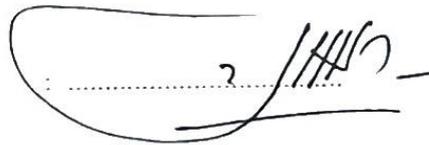
Dr. Suhermanto, M. Hum.



Dr. Anas Amin Alamsyah, M.Ag.



Dr. H. Kasno, M.Ag.



Surabaya, 13 Januari 2023

Dekan,



**Prof. Abdul Kadir Riyadi, Ph. D**  
**NIP: 197008132005011003**

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Dwi Ayu Angraini  
NIM : E01219009  
Fakultas/Jurusan : Ushuluddin dan Filsafat/Aqidah dan Filsafat Islam  
E-mail address : dwiayuangraini11@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

REPRESENTASI GAYA HIDUP DARI *SHOPAHOLIC* KE *MINDFULNESS LIVING*

PADA KANAL YOUTUBE PANGKATENAM PERSPEKTIF OTENTISITAS MANUSIA  
SOREN KIERKEGAARD

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 04 Februari 2023

Penulis



(Dwi Ayu Angraini)

## ABSTRAK

Judul : Representasi Gaya Hidup dari *Shopaholic* ke *Mindfulness Living* pada Kanal YouTube Pangkatenam Perspektif Otentisitas Manusia Soren Kierkegaard  
Nama Mahasiswa : Dwi Ayu Angraini  
NIM : E01219009  
Pembimbing : Nur Hidayat Wakhid Udin, S.H.I, M.A.

Salah satu gaya hidup yang menjadi perbincangan dewasa ini adalah gaya hidup *shopaholic*. Gaya hidup *shopaholic* merupakan salah satu bentuk dari cerminan perilaku konsumtif seseorang yang berarti membelanjakan uangnya dengan berlebihan dan tidak sesuai kebutuhan. Penelitian membahas transformasi perubahan diri pada pribadi dua informan, yaitu Mega Liyanti sebagai pemilik kanal YouTube Pangkatenam dan temannya yang bernama Junofah. Penelitian ini menjawab dua rumusan masalah, yaitu: *pertama*, bagaimana representasi gaya hidup dari *shopaholic* ke *mindfulness living* pada kanal YouTube Pangkatenam? *Kedua*, bagaimana representasi gaya hidup dari *shopaholic* ke *mindfulness living* pada kanal YouTube Pangkatenam ditinjau dalam perspektif otentisitas manusia Soren Kierkegaard? Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif. Data diperoleh dari hasil pengamatan terhadap media digital berupa video pada kanal YouTube Pangkatenam serta wawancara online melalui *Direct Message* (DM) Instagram dengan Mega Liyanti dan temannya yang bernama Junofah. Penelitian ini menemukan bahwa transformasi perubahan diri pada pribadi Mega Liyanti dan Junofah melalui proses perjalanan hidup mereka dari gaya hidup *shopaholic* ke *mindfulness living* sesuai dengan tahap-tahap otentisitas manusia Soren Kierkegaard.

**Kata Kunci:** Gaya hidup, *Shopaholic*, *Mindfulness Living*, Manusia Otentik.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRAK .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah .....	4
C. Rumusan Masalah .....	5
D. Tujuan Penelitian .....	5
E. Manfaat Penelitian .....	5
F. Penelitian Terdahulu .....	6
G. Metode Penelitian.....	11
H. Sistematika Pembahasan .....	14
BAB II.....	16
GAYA HIDUP, SHOPAHOLIC, <i>MINDFULNESS LIVING</i> DAN OTENTISITAS MANUSIA .....	16
A. Pengertian Gaya Hidup, <i>Shopaholic</i> sebagai bentuk perilaku Konsumtif dan <i>Mindfulness Living</i> .....	16
1. Pengertian gaya hidup.....	16
2. Pengertian <i>shopaholic</i> sebagai bentuk perilaku konsumtif .....	17
3. Pengertian <i>mindfulness living</i> .....	20
B. Biografi dan Karya-karya Soren Kierkegaard .....	21
C. Klasifikasi Tahap-tahap Perubahan Otentisitas Diri Soren Kierkegaard ...	25
1. Tahap estetis ( <i>the aesthetic stage</i> ) .....	26

2. Tahap etis ( <i>the ethical stage</i> ).....	27
3. Tahap religius .....	29
BAB III.....	31
REPRESENTASI GAYA HIDUP DARI <i>SHOPAHOLIC</i> KE <i>MINDFULNESS LIVING</i> PADA KANAL YOUTUBE PANGKATENAM .....	31
A. Profil Kanal YouTube Pangkatenam.....	31
B. Representasi Gaya Hidup Dari <i>Shopaholic</i> pada Kanal YouTube Pangkatenam .....	35
C. Konsep Perubahan Gaya Hidup dari <i>Shopaholic</i> ke <i>Mindfulness Living</i> pada Kanal YouTube Pangkatenam .....	40
D. Beberapa Konten pada Kanal YouTube Pangkatenam tentang Tips dan Trik Hidup Lebih <i>Mindfulness</i> .....	46
1. <i>5 Little Steps To Be More Mindful for Beginners</i> (5 hal kecil cara dan tips agar dapat lebih berkesadaran).....	47
2. <i>5 Jurus Jitu Anti Hedon</i> .....	50
BAB IV .....	53
ANALISIS PERUBAHAN GAYA HIDUP DARI <i>SHOPAHOLIC</i> KE <i>MINDFULNESS LIVING</i> PADA KANAL YOUTUBE PANGKATENAM PERSPEKTIF OTENTISITAS MANUSIA SOREN KIERKEGAARD .....	53
A. Tahap Estetis.....	55
B. Tahap Etis .....	57
C. Tahap Religius .....	60
BAB V.....	64
PENUTUP .....	64
A. Kesimpulan .....	64
B. Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA .....	67

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Fenomena perkembangan teknologi informasi digital yang semakin canggih, mempengaruhi kehidupan setiap masyarakat saat ini. Hal ini dibuktikan dengan masyarakat dari semua kalangan telah tersihir dengan kemudahan teknologi digital seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, Tiktok dan YouTube. Kemudahan akses teknologi digital ini memegang peranan yang sangat penting karena memungkinkan setiap individu untuk menghubungkan orang-orang dalam ruang yang disebut dunia maya atau *cyberspace* karena dapat membatasi waktu, ruang dan jarak.<sup>1</sup>

Dunia maya atau *cyberspace* ini menjadi jawaban bagi mereka yang memiliki kreativitas dikarenakan orang-orang dapat membuat video blog yang diunggah pada kanal YouTube pribadi. Kegiatan ini pun sekarang telah menjadi sebuah profesi yang dinamakan vlogger. Vlogger adalah sebutan untuk orang yang membuat video blog kemudian di unggah pada kanal YouTube pribadi. Khususnya tulisan pada skripsi ini pembahasannya adalah seputar kanal YouTube Pangkatenam kanal YouTube pribadi oleh Mega Liyanti.

Awal mula dari video pada kanal YouTube Pangkatenam oleh Mega Liyanti yaitu vlog kehidupan mahasiswa perantauan di Jerman, yang

---

<sup>1</sup> Wasisto Raharjo Jati, "Cyberspace, Internet, dan Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia", *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, Vol. 3, No. 1 (Januari, 2016), 25.

kemudian memberikam tips-tips gaya hidup yang lebih *mindfulness*. Aktif mengunggah video-video pada kanal YouTube miliknya Mega Liyanti juga disebut sebagai youtuber. Youtuber sekarang juga telah menjadi sebuah profesi yaitu profesi yang pekerjaannya membuat video semenarik mungkin untuk menarik penonton dengan tujuan memiliki subscriber yang banyak.<sup>2</sup>

Dalam kanal YouTube Pangkatenam terdapat satu konten dari Mega Liyanti bersama temannya yang bernama Junofah. Dalam konten tersebut mereka berdua menjelaskan tentang perubahan diri atau pribadi yang dulunya pernah menerapkan representasi gaya hidup dari *shopaholic* yang kini mereka ubah menjadi lebih ke *mindfulness living*. Dulu saat menjadi mahasiswa setiap ada waktu sering membelanjakan uangnya untuk membeli pakaian dengan jumlah banyak tanpa memikirkan apakah itu sesuai dengan kebutuhan atau tidak.

Pelaku *shopaholic* ini merupakan bentuk dari perilaku konsumtif yang artinya dalam tindakannya pasti membelanjakan uang sebab alasan salah yaitu membelanjakan tidak sesuai dengan fungsinya. *Shopaholic* merupakan seseorang yang melakukan belanja berlebihan dan cenderung menyia-nyiakan terlalu banyak waktu, uang dan kesempatan barang yang tidak dibutuhkannya.<sup>3</sup> Gaya hidup *shopaholic* merupakan bagian dari perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang terjadi ini seperti hidup serba kemewahan dan berlebihan, menggunakan apa pun sesuatu yang

---

<sup>2</sup> Radis Bastian, *Kuliah, Kerja, Kaya!* (Yogyakarta: Laksana, 2019), 53-55.

<sup>3</sup> Abu Ahmadi, *Sosiologi Pendidikan* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2007), 108.

bergelimang dan dikendalikan serta didorong untuk memuaskan semua keinginan, gaya hidup seperti ini hanya agar terpenuhi kenikmatan semata.<sup>4</sup>

Perilaku konsumtif seperti ini pernah terjadi pada Mega Liyanti dan Junofah saat masih menjadi mahasiswa di Jerman. Mereka mengatakan menjalani bentuk perilaku konsumtif yaitu gaya hidup *shopaholic* karena faktor dari rasa kepuasan dan untuk mengurangi stress. Tindakan ini terjadi karena Mega Liyanti dan Junofah belum menemukan keotentikan dirinya dan kesadaran dalam diri belum muncul, akan tetapi ini permulaan menemukan keotentikan diri. Namun, setelah itu Mega Liyanti dan Junofah menyadari bahwa tindakannya untuk mengikuti gaya hidup *shopaholic* merupakan tindakan yang salah dan harus di ubah. Perubahan yang telah mereka terapkan sekarang yaitu lebih *mindfulness living*. Perubahan yang telah terjadi pada Mega Liyanti dan Junofah terwujud sebab telah menemukan keotentikan dirinya.

*Mindful* atau *mindfulness* adalah sebuah kesadaran yang ditingkatkan dengan perhatian terus menerus dan secara khusus disengaja dilakukan pada saat ini tanpa menghakimi.<sup>5</sup> Pada *mindfulness* di dalamnya membutuhkan perhatian disini serta saat ini dan perbuatan tanpa menghakimi dengan memanfaatkan niat, perhatian dan sikap.<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Tioma Yustisi Sari, "Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan *Body Image* pada Remaja Putri" (Skripsi--Fakultas Psikologi UGM, 2009), 21.

<sup>5</sup> Jon Kabat Zinn, "Mindfulness for Beginners", *Journal of Collective Bargaining in the Academy*, Vol. 0, No. 10 (2015), 17.

<sup>6</sup> Bradley T. Eford, *Teknik yang Harus Diketahui Setiap Konselor* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2016), 141.

Representasi perubahan diri atau pribadi dari Mega Liyanti dan Junofah yang telah dijelaskan dalam video kanal YouTube Pangkatenam ini sesuai dengan perspektif otentisitas manusia Soren Kierkegaard yang mengklasifikasikan tiga tahapan menjadi manusia otentik yaitu tahap estetis, etis dan religius.<sup>7</sup>

Penjelasan ketiga tahap transformasi diri yang terjadi pada pengalaman Mega Liyanti dan Junofah tersebut yaitu pertama Mega Liyanti dan Junofah berada pada tahap estetis yang diistilahkan dengan perasaan yaitu pemenuhan keinginan secara langsung dan spontan. Tahap yang kedua yaitu etis tahapan di mana Mega Liyanti dan Junofah sudah mulai sadar akan pilihan-pilihan hidup yang baik dan benar sesuai dengan moral. Tahap ketiga yaitu religius Mega Liyanti dan Junofah sudah benar-benar sadar dan perlahan meninggalkan kebiasaan buruk demi moralitas yang baik.

## **B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan oleh peneliti di atas, maka peneliti akan memberikan identifikasi masalah yang menjadi batasan masalah dalam penulisan penelitian ini, yaitu berikut identifikasi dan batasan masalah:

1. Gaya hidup *shopaholic* dan *mindfulness living* pada kanal YouTube Pangkatenam yang terjadi pada Mega Liyanti dan Junofah.

---

<sup>7</sup> Walter Kaufmann, *Nineteenth Century Philosophy* (New York: Library Loyola School of Theology, 1996), 263.

2. Perubahan diri atau pribadi Mega Liyanti pemilik kanal YouTube Pangkatenam dan temannya Junofah dalam perspektif otentisitas manusia Soren Kierkegaard.

### C. Rumusan Masalah

- a. Bagaimana representasi gaya hidup dari *shopaholic* ke *mindfulness living* pada kanal YouTube Pangkatenam?
- b. Bagaimana representasi gaya hidup dari *shopaholic* ke *mindfulness living* pada kanal YouTube Pangkatenam ditinjau melalui perspektif otentisitas manusia Soren Kierkegaard?

### D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui representasi gaya hidup dari *shopaholic* ke *mindfulness living* pada kanal YouTube Pangkatenam
2. Untuk menganalisis representasi gaya hidup dari *shopaholic* ke *mindfulness living* pada kanal YouTube Pangkatenam ditinjau melalui perspektif otentisitas manusia Soren Kierkegaard.

### E. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sebuah wawasan baru bagi para mahasiswa yang lebih mengenai perubahan diri atau pribadi gaya hidup dari *shopaholic* yang berubah ke *mindfulness living* yang

pernah terjadi di kanal YouTube Pangkatenam pada Mega Liyanti dan temannya Junofah.

## 2. Secara praktis

Pada penelitian ini peneliti berharap agar mampu memberikan terhadap pembelajaran tentang perubahan diri atau pribadi gaya hidup dari *shopaholic* ke *mindfulness living* yang terjadi pada pemilik kanal YouTube Pangkatenam yaitu Mega Liyanti dan temannya Junofah dalam perspektif otentisitas manusia Soren Kierkegaard. Serta agar hasil penelitian ini juga dapat sebagai sumber rujukan yang nantinya dapat menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya.

## F. Penelitian Terdahulu

Penulis telah memetakan beberapa penelitian terdahulu sebagai acuan pembeda untuk mempermudah penelitian yang akan dilakukan yaitu sebagai berikut :

No.	Nama Penulis	Judul	Publikasi	Hasil Penelitian
1.	Nurpadila	Gaya Hidup <i>Shopaholic</i> Mahasiswa dalam Perspektif Islam (Studi pada Mahasiswa Alauddin Makassar)	Skripsi, diterbitkan oleh UIN Alauddin Makassar tahun 2020	Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa gaya hidup <i>shopaholic</i> telah meracuni mahasiswa FEBI UIN Alauddin Makassar karena intensitas kegiatan belanja dikatakan sering dilakukan. Gaya hidup <i>shopaholic</i>

				<p>ada karena beberapa faktor yaitu gaya hedon, pengaruh lingkungan terdekat, iklan, mengikuti <i>trend</i>, hadirnya toko belanja bertebaran dan lingkup pergaulan banyak pelaku <i>shopaholic</i>. Karena <i>lifestyle</i> tersebut maka timbullah perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa FEBI.</p>
2.	Rifa Dwi Styaning Anugrahati	Gaya Hidup <i>Shopaholic</i> Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta	Skripsi, diterbitkan oleh Universitas Negeri Yogyakarta tahun 2014	<p>Penelitian menunjukkan bahwa lebih banyak mahasiswa UNY yang ternyata mempresentasikan gaya hidup <i>shopaholic</i>. Representasi gaya hidup <i>shopaholic</i> ini tergolong perilaku konsumtif. Sebagai seorang <i>shopaholic</i> maka menghabiskan banyak waktu untuk belanja dengan alasan untuk menghilangkan kebosanan serta memenuhi rasa puas dalam diri. Dampak positif gaya hidup <i>shopaholic</i> yaitu</p>

				untuk menghilangkan pikiran stres dan agar <i>trendy</i> . Adapun dampak negatif yang diperoleh yaitu terbentuk perilaku konsumtif, menghamburkan uang dan candu.
3.	Ranti Tri Anggraini dan Fauzan Heru Santhoso	Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja	Universitas Gadjah Mada: Jurnal Psikologi atau Gadjah Mada <i>Journal of Psychology (GamaJOP)</i> (Sinta 2)	Berdasarkan penelitian tersebut menghasilkan keterkaitan antara gaya hidup hedon tinggi dan perilaku konsumtif terhadap remaja. Jika gaya hidup hedon tinggi otomatis perilaku konsumtif pun juga tinggi. Dalam jurnal tersebut penulis memberikan saran kepada remaja untuk sebaiknya mampu mengendalikan dirinya agar dapat tidak terpengaruh dari dampak buruk perilaku konsumtif tersebut.
4.	Eva Suminar dan Tatik Meiyuntari	Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja	Persona: Jurnal Psikologi Indonesia (Sinta 2)	Penelitian ini bertujuan untuk menguji keterkaitan dari konsep diri dan konformitas dari perilaku

				<p>konsumtif pada remaja. Hasilnya yaitu keterkaitan keduanya tersebut signifikan dengan perilaku konsumen. Akan tetapi, konsep diri lebih memiliki korelasi negatif dengan perilaku konsumen. Sedangkan konformitas tidak berkorelasi signifikan dengan perilaku konsumen.</p>
5.	Armaidy Armawi	dari Konsumerisme ke Konsumtivisme (dalam Perspektif Sejarah Filsafat Barat)	Jurnal Filsafat (Sinta 2)	<p>Penelitian ini menghasilkan kesimpulan bahwa akibat dari kesalahan metafisis maka perkembangan dan kemajuan teknologi melahirkan pergeseran dan benturan tata nilai. Munculnya konsumerisme yang awalnya merupakan gerakan perlindungan terhadap konsumen, sekarang telah memiliki arti negatif. Arti negatif tersebut adalah munculnya pola hidup perilaku konsumtif tinggi (<i>wasteful consumption</i>)</p>

				atau konsumsi yang bersifat memboroskan.
6.	Wenita Chintya Safitri dan Ratih Arrum Listiyandini	<i>Mindfulness</i> dan Kesejahteraan Psikologis pada Remaja	Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi (Sinta 1)	Penelitian memberikan penjelasan bahwa <i>mindfulness</i> memiliki peran pengaruh baik secara signifikan terhadap kesejahteraan psikologis remaja. Penerapan ini membuat remaja menjadi sadar secara penuh serta dapat lebih memperhatikan hal-hal tentang diri sendiri serta kehidupan kesehariannya. Adanya <i>mindfulness</i> pun memberikan implikasi positif yaitu membuat remaja lebih mengetahui arah hidup, perkembangan diri, mandiri dan hal baik lainnya.
7.	Warnoto	Diri yang Otentik: Konsep Filsafat Eksistensial Soren Kierkegaard	Skripsi, diterbitkan oleh UIN Syarif Hidayatullah Jakarta tahun 2010	Penelitian ini menyimpulkan bahwa filsafat eksistensial Soren Kierkegaard yaitu pengalaman pribadi perjalanan hidup yang dialami. Bagi Kierkegaard, kebenaran berasal dari dirinya sendiri

				<p>bukan dari luar dirinya. Manusia harus menemukan kebenarannya untuk mencapai individu otentik. Untuk itu dalam menjadi individu yang otentik menurut filsafat Kierkegaard, penulis menyimpulkan tahapannya yaitu tahap estetis, tahap etis dan tahap religius.</p>
--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Dari beberapa penelitian terdahulu yang telah disebutkan di atas, dapat diketahui terdapat perbedaan pada penelitian yang akan penulis kerjakan. Perbedaan tersebut adalah penelitian ini lebih berfokus pada video unggahan kanal YouTube Pangkatenam dan wawancara terhadap pemilik kanal YouTube serta temannya akan representasi bentuk perilaku konsumtif yaitu gaya hidup dari *shopaholic* yang pernah dialami sampai berubah menjadi lebih *mindfulness living*. Dalam perubahan yang dialami ini sesuai dengan teori otentisitas manusia Soren Kierkegaard tentang tiga tahap menjadi manusia yang otentik yaitu tahap estetis, tahap etis dan tahap religius.

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data diperoleh dari hasil pengamatan terhadap media digital berupa video pada kanal

YouTube Pangkatenam serta wawancara online melalui *Direct Message* (DM) Instagram dengan Mega Liyanti dan temannya yang bernama Junofah. Selain itu, data-data pendukung yang berasal dari sumber sekunder berupa literatur kepustakaan juga digunakan. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif.

## 2. Sumber data

### a. Data Primer

Data primer didapatkan dari unggahan video pada kanal YouTube Pangkatenam dan hasil wawancara dengan Mega Liyanti pemilik kanal YouTube Pangkatenam dan temannya Junofah. Berikut ini link beberapa konten video sebagai sumber data yang digunakan dalam penelitian:

- i. <https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE>
- ii. <https://youtu.be/uun3dYg6bIE>
- iii. <https://youtu.be/dEN3N7KZCr8>

### b. Data sekunder

- i. Buku *E-commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim Survey pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati* karya Mufarizzaturrizkiyah, Abdul Aziz, Leliya.
- ii. Buku *10-Minute Mindfulness 71 Habits for Living the Present Moment* karya Barrie Davenport dan Steve S.J. Scott.
- iii. Data sekunder lainnya juga diperoleh dari artikel, jurnal, dan karya lain yang berkaitan dengan representasi gaya hidup dari

*shopaholic* ke *mindfulness living* analisis perspektif otentisitas diri Soren Kierkegaard.

### 3. Teknik pengumpulan data

#### a. Wawancara

Melalui teknik ini, peneliti melakukan wawancara dengan narasumber tersebut pemilik kanal YouTube Pangkatenam yaitu Mega Liyanti dan temannya yang bernama Junofah untuk mendapatkan informasi lebih mengenai gaya hidup *shopaholic* yang pernah mereka alami sebelumnya dan perubahan diri atau pribadi mereka setelah menerapkan *mindfulness living*.

#### b. Dokumentasi

Dalam penelitian ini peneliti mendokumentasikan gambar berupa tangkapan layar (*screenshot*) dari beberapa konten video YouTube Pangkatenam serta dari kegiatan wawancara melalui *Direct Message* (DM) Instagram dengan pemilik kanal YouTube Pangkatenam yaitu Mega Liyanti dan temannya Junofah.

### 4. Analisis data dan teori

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis konten. Analisis konten merupakan suatu penelitian yang dalam pembahasannya bersifat lebih mendalam terhadap isi suatu informasi tertulis atau tercetak dalam media massa

untuk menganalisis makna pesan serta cara penyampaiannya.<sup>8</sup> Jadi, pada penelitian ini menganalisis data-data berupa video pada kanal YouTube Pangkatenam dan tulisan hasil wawancara melalui DM (*Direct Message*) dengan Mega Liyanti sebagai pemilik kanal YouTube dan Junofah temannya. Teori pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori perspektif otentisitas diri Soren Kierkegaard untuk menganalisis konteks tersebut.

#### H. Sistematika Pembahasan

Penelitian yang berjudul **“Representasi Gaya Hidup dari Shopaholic ke Mindfulness Living pada Kanal YouTube Pangkatenam Perspektif Otentisitas Manusia Soren Kierkegaard”** terdiri dari beberapa bab dengan sistematika pembahasan, yaitu:

Bab *pertama* memuat pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab *kedua* yaitu membahas mengenai landasan teori yang membahas tentang pengertian gaya hidup, *shopaholic* sebagai bentuk perilaku konsumtif, *mindfulness living*, serta perspektif yang digunakan dalam penelitian ini seperti biografi, karya-karya dan tahapan perubahan diri yaitu perspektif otentisitas manusia Soren Kierkegaard.

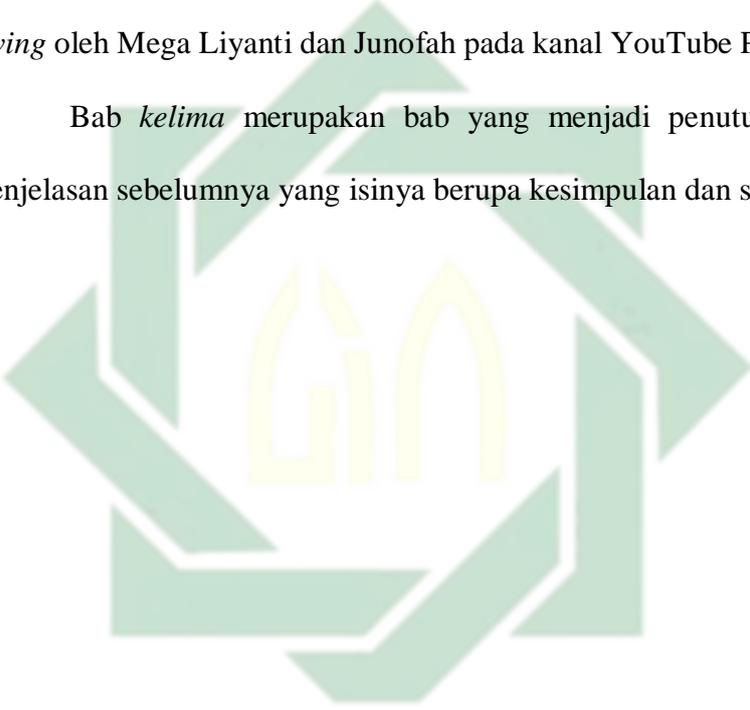
---

<sup>8</sup> Andre Yuris, "Berkenalan dengan Analisis Isi (Content Analysis)", <https://andreyuris.wordpress.com/2009/09/02/analisis-isi-content-analysis/> Diakses 16 Desember 2022.

Bab *ketiga* memuat tentang representasi gaya hidup dari *shopaholic* ke *mindfulness living* oleh Mega Liyanti dan Junofah pada kanal YouTube Pangkatenam.

Bab *keempat* merupakan analisis otentisitas manusia Soren Kierkegaard dalam representasi gaya hidup dari *shopaholic* ke *mindfulness living* oleh Mega Liyanti dan Junofah pada kanal YouTube Pangkatenam.

Bab *kelima* merupakan bab yang menjadi penutup dari semua penjelasan sebelumnya yang isinya berupa kesimpulan dan saran.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB II

### GAYA HIDUP, SHOPAHOLIC, *MINDFULNESS LIVING* DAN OTENTISITAS MANUSIA

#### A. Pengertian Gaya Hidup, *Shopaholic* sebagai bentuk perilaku

##### Konsumtif dan *Mindfulness Living*

##### 1. Pengertian gaya hidup

Gaya hidup adalah bentuk perilaku yang menjadi pembeda seseorang dengan individu lain disekitarnya. Penjelasan gaya hidup menurut Kotler dan Keller yaitu pola hidup dari seseorang di dunia yang direpresentasikan pada aktivitas, minat dan opininya untuk ditunjukkan dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Hal ini menggambarkan bahwa gaya hidup adalah seluruh pola individu dalam beraksi dan berinteraksi di dunia bersama individu lain.<sup>1</sup>

Berbeda dengan menurut Setiadi tentang gaya hidup secara luas diidentifikasi sebagai cara hidup bagaimana individu menghabiskan waktu aktifitas mereka dengan menganggap ketertarikan apa yang penting pada lingkungannya serta pendapat tentang apa yang mereka pikirkan tentang diri sendiri.<sup>2</sup> Maka dari itu, gaya hidup hadir dengan diikuti banyak orang yang sebagian besar untuk mengikuti *trend* yang hadir ditengah-tengah masyarakat saat ini.

---

<sup>1</sup> Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12 (Jakarta: Erlangga, 2012), 192.

<sup>2</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Kencana, 2008), 148.

Dapat diketahui pula bahwa gaya hidup mencerminkan pola konsumsi dari seseorang yang menggambarkan tentang bagaimana cara ia menggunakan waktu dan uang yang dimiliki sesuai kehendaknya. Perlu diketahui bahwa gaya hidup yang baik bukan hanya untuk kenikmatan secara individu saja seperti menghabiskan waktu dan uang untuk berbelanja. Namun juga perlu memperhatikan aspek tujuan dalam menjalani hidup, gaya hidup seperti ini adalah menggambarkan gaya hidup yang islami.<sup>3</sup> Gaya hidup islami merupakan gaya hidup yang tidak berlebihan agar dapat memanfaatkan waktu dan uang dengan baik.

Dalam Q.S. An-Nazi'at ayat 37-39, Allah SWT telah mengingatkan pada kita untuk tidak berlebihan ketika hidup di dunia karena hidup di dunia hanyalah sebuah proses untuk mencapai tujuan akhirat.<sup>4</sup> Berdasarkan beberapa penjelasan gaya hidup di atas maka dapat diambil kesimpulan bahwa gaya hidup merupakan bagaimana perilaku seseorang dalam memanfaatkan uang dan waktu yang dimiliki.

## 2. Pengertian *shopaholic* sebagai bentuk perilaku konsumtif

Kata konsumtif memiliki pengertian dan sifat yang berlebihan.<sup>5</sup> Konsumtif itu sendiri memiliki pengertian perilaku konsumen yang boros dan berlebihan, di mana keinginan lebih diutamakan daripada

<sup>3</sup> Mufarizzaturrizkiyah, dkk., *E-Commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim Survey pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon* (Cirebon: CV. Elsi Pro, 2020), 13.

<sup>4</sup> Ibid, 14.

<sup>5</sup> Departemen Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2002), 143.

kebutuhan dan tanpa memikirkan tolak ukur prioritas.<sup>6</sup> Rosandi mengatakan perilaku konsumtif adalah tindakan membeli yang tidak didasarkan atas pertimbangan rasional namun atas keinginan sampai pada tingkat irasional atau tak terkontrol.<sup>7</sup>

Wahyudi pun menyatakan perilaku konsumtif merupakan perilaku individu yang tidak didasarkan pada pemikiran dan pertimbangan yang matang. Namun adanya unsur materialistik, keinginan yang tidak terkendali untuk memiliki barang-barang yang berlebihan. Pernyataan ini dikutip oleh Rika Wahyuni, Hadi Irfani, Isna Asyri Syahrina dan Rina Mariana (2019).<sup>8</sup> Terdapat berbagai macam bentuk dari perilaku konsumtif salah satunya yang menjadi pembahasan adalah gaya hidup *shopaholic*.

*Shopaholic* adalah kecanduan akan berbelanja yang dilakukan oleh seseorang. *Shopaholic* berasal dari kata *shop* artinya belanja dan *aholic* berarti suatu ketergantungan baik disadari ataupun tidak. Seorang *shopaholic* yaitu seseorang yang tidak dapat mengendalikan keinginannya untuk berbelanja dan membeli hingga menghabiskan banyak waktu dan uang untuk berbelanja meskipun tidak membutuhkan produk yang telah dibeli.<sup>9</sup> Menurut Rizki Siregar,

<sup>6</sup> Erna Ferinadewi, *Merk dan Psikologi Konsumen* (Jakarta: Graha Ilmu, 2008), 34.

<sup>7</sup> Andika Filona Rosandi, "Perbedaan Perilaku Konsumtif Antara Mahasiswa Pria dan Wanita di Universitas Katolik Atma Jaya" (Skripsi--Fakultas Psikologi Universitas Atma Jaya Jakarta, 2004), 22.

<sup>8</sup> Mufarizzaturrizkiyah, *E-Commerce Perilaku*, 10.

<sup>9</sup> Nurul Arbaini, "Gaya Hidup Shopaholic pada Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Fisip Universitas Riau yang Kecanduan Berbelanja Pakaian)", *Jom Fisip*, Vol. 4, No. 1 (Februari, 2017), 5.

seorang *shopaholic* adalah orang yang memiliki perilaku membeli secara berlebihan (*excessive*) secara terus-menerus sehingga menghabiskan waktu dan uang hanya untuk membeli atau mendapatkan sesuatu yang diinginkannya, namun pada dasarnya tidak selalu dibutuhkan.<sup>10</sup>

Seorang *shopaholic* mencerminkan perilaku seseorang yang tidak dapat menahan keinginan untuk terus berbelanja melebihi batas kewajaran sampai tahap boros dengan alasan untuk memenuhi gaya hidup yang tidak difungsikan secara baik karena hanya untuk memenuhi keinginan. Berbelanja awalnya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan. Akan tetapi, bagi sebagian orang belanja dapat bermakna lebih dari pemenuhan kebutuhan. Sebagai contoh beberapa orang memanfaatkan kegiatan berbelanja untuk menyalurkan rasa stress. Dengan berbelanja pula seseorang juga merasa puas sebab mendapatkan produk yang diinginkannya. Di sisi lain, beberapa orang merasa sulit untuk mengendalikan keinginan untuk berbelanja tanpa memikirkan alasan pembelian tersebut.

*Shopaholic* memiliki kesamaan istilah dengan konsumerisme. Konsumerisme adalah membeli barang bukan karena kebutuhan tetapi tindakan tersebut memberikan kepuasan. Disini konsumerisme yang awalnya untuk konsumsi seperlunya berubah menjadi konsumsi yang

---

<sup>10</sup> Rizki Siregar, "Shopaholic Disorders", *Majalah Gogirl*, 2010, 78.

mengada-ada artinya tidak sesuai kebutuhan.<sup>11</sup> Jadi, dapat diketahui bahwa shopaholic adalah tindakan dari seseorang yang memiliki pola berbelanja secara berlebihan dengan dilakukan secara terus menerus bertujuan untuk membeli barang-barang yang diinginkan bukan dibutuhkan hanya untuk rasa kepuasan.

### 3. Pengertian *mindfulness living*

Dalam hidup sebagai manusia harus menjalankan kehidupan yang lebih berkesadaran. Menjalani hidup yang lebih berkesadaran membutuhkan perhatian penuh (*mindfulness*) di dalamnya. *Mindfulness* yaitu tentang meningkatkan kesadaran pada diri dengan berfokus pada kesadaran saat ini dan penerimaan tanpa adanya penghakiman.<sup>12</sup> Untuk menumbuhkan kesadaran dalam diri cukup belajar menanamkan di alam pemikiran hal yang asing untuk terus ditumbuhkan. Hal ini bisa disebut sebagai pemikiran emosional.<sup>13</sup>

*Mindfulness* menurut Germer memiliki pengertian sebagai "*awareness of present experience, with acceptance*" artinya "kesadaran akan pengalaman saat ini, dengan penerimaan". Kondisi *mindfulness* secara sadar membawa pengalamannya pada waktu saat ini dengan penuh rasa keterbukaan dan rasa penerimaan. Artinya bahwa individu

<sup>11</sup> Haryanto Soedjatmiko, *Saya Berbelanja Maka Saya Ada: Ketika Komsumsi dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris* (Yogyakarta: Jalasutra, 2008), 6.

<sup>12</sup> Wenita C. S. dan Ratih A. L. "Mindfulness dan Kesejahteraan Psikologis pada Remaja", *Jurnal Penelitian Psikologi*, Vol. 2, No.1 (2017), 46.

<sup>13</sup> Jon Kabat Zinn, "Mindfulness for Beginners", *Journal of Collective Bargaining in the Academy*, Vol. 0, No. 10 (2015), 17.

sadar akan apapun kondisinya sekarang terlepas berdasarkan insiden yang lalu ataupun yang akan datang.<sup>14</sup>

*Mindfulness* secara sederhana yaitu individu sadar akan waktu sekarang dengan memperhatikan perasaan, pikiran, dan sensasi tubuh pada diri sendiri. *Mindfulness* tidak ada penghakiman dalam praktiknya (*non-judgmental*).<sup>15</sup> Tidak menghakimi menjadi kunci untuk merasakan manfaat lebih dari pelatihan *mindfulness* sehari-hari diikuti dengan mengamati tindakan, pikiran dan perasaan diri tanpa melabeli dengan baik dan buruk atau benar dan salah.

Dengan menerapkan *mindfulness* dalam hidup yaitu membebaskan diri dari rasa stress akan penyesalan, khawatir, dan lainnya yang akan membuat menjadi lebih baik. Individu harus mempelajari kebiasaan perhatian penuh dan mengembangkan strategi untuk memasukkan latihan ini ke dalam kehidupan individu sehari-hari.<sup>16</sup> Hal ini disebut sebagai *mindfulness living* yaitu hidup penuh perhatian atau hidup berkesadaran.

## **B. Biografi dan Karya-karya Soren Kierkegaard**

Kierkegaard yang memiliki nama lengkap Soren Aabey Kierkegaard, dilahirkan di Kopenhagen, Denmark pada tanggal 5 Mei tahun 1813. Ayahnya bernama Michael Pedersen Kierkegaard dan ibunya

<sup>14</sup> Achaddiana Islamiyah, dkk., "Pengaruh Psikoedukasi Mindfulness Singkat pada Kemampuan Regulasi Emosi Mahasiswa", *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, Vol. 8, No. 1 (Januari, 2020), 68.

<sup>15</sup> S.J. Scott dan Barrie Davenport, *10-Minute Mindfulness 71 Habits for Living in the Present Moment* (Canada: Oldtown Publishing LLC, 2017), 7.

<sup>16</sup> *Ibid*, 8.

bernama Anne Sorendatter Lund. Di mana Kierkegaard merupakan anak terakhir dari tujuh bersaudara.<sup>17</sup> Keseluruhan saudara dari Kierkegaard meninggal disebabkan penyakitnya dan hanya Kierkegaard yang menjadi anak satu-satunya. Kierkegaard pun juga memiliki fisik yang kurang sempurna sebab memiliki punuk di punggungnya dan kaki sebelah yang lebih panjang membuatnya kesusahan untuk jalan.<sup>18</sup>

Kepiawaian yang dimiliki oleh Kierkegaard membuatnya dapat menulis jurnal pada tahun 1883, di mana tulisan tersebut memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap karya tulisnya.<sup>19</sup> Namun, di luar memiliki sisi kehidupan yang baik, Kierkegaard pun pernah berada di masa kelam. Pada saat tersebut membuat Kierkegaard merasakan kehampaan diri dan jiwa yang hilang tanpa memiliki eksistensi diri. Maka dari itu, kesadaran yang hadir pada diri Kierkegaard membuatnya berusaha untuk mendapatkan eksistensi dirinya kembali.<sup>20</sup>

Pada saat kuliah Kierkegaard mengenal seorang perempuan bernama Regina Olsen yang kemudian dijadikannya kekasih.<sup>21</sup> Kierkegaard melamar Regina Olsen pada tanggal 10 September 1840. Akan tetapi, setelah bertunangan dengan Regina, Kierkegaard justru merasakan kegelisahan sebab ia sadar akan sifatnya yang melankolis dan menganggap pertunangannya dengan Regina tidak cocok. Akhirnya dia

---

<sup>17</sup> M.G. Piety dan Edward F. Mooney, *Soren Kierkegaard: Repetition and Philosophical Crumbs* (United Kingdom: Oxford University Press Inc, 2009), 35.

<sup>18</sup> Thomas Hidy Tjaya, *Kierkegaard dan Pergulatan Menjadi Diri Sendiri* (KPG: Jakarta, 2004), 24.

<sup>19</sup> Peter Vardy, *Kierkegaard*, terj. Hardono Hadi (Yogyakarta: Kanisius, 2001), 15.

<sup>20</sup> Shelley O'Hara, *Kierkegaard Within Your Grasp* (Willy Publishing. Inc.: Canada, 2004), 3.

<sup>21</sup> Frederick Mayer, *A History of Modern Philosophy* (California: University of Redlands, 1951), 463.

gagal menikahi Regina Olsen dan fokus pada pendidikan dan menulis karya ilmiah. Kierkegaard meninggal di usianya yang ke 42 tahun, tepatnya pada tanggal 11 November 1855 di rumah sakit disebabkan infeksi paru-paru. Kierkegaard menulis wasiat kepada orang yang ditinggalkannya supaya di batu nisannya ditulis sebagai “Sang Individu”.<sup>22</sup>

Kierkegaard sebagai tokoh eksistensialisme dikenal juga sebagai tokoh agama memiliki jiwa religius sangat kuat, membuatnya menulis karya-karya yang terkait tentang hubungan antara individu dengan hubungan transendental. Kepedulianya sangatlah besar terhadap kepribadian manusia agar terbentuk menjadi individu yang otentik. Dan hampir semua karyanya tentang individu menjalankan kehidupan sehari-harinya. Karya-karya yang telah ditulis oleh Kierkegaard lebih banyak menggunakan nama samaran bukan nama asli.

Berikut beberapa karya utama Kierkegaard dengan nama samaran sesuai tema karya yang ditulis di mana memiliki makna tersendiri, yaitu:<sup>23</sup>

1. *Concluding Unscientific Postscript* terpublikasi pada bulan Februari tahun 1846 dengan nama samaran Johannes Climacus.
2. *The Sickness Unto Death* terpublikasi pada bulan Juli tahun 1849 dengan nama samaran Anti-Climacus.
3. *Either/Or* terpublikasi bulan Februari tahun 1843 menggunakan nama samaran Victor Eremita yang terinspirasi dari tokoh pemikir abad lama yaitu Victorius Hermit.

<sup>22</sup> Tjaya, *Kierkegaard dan Pergulatan*, 30.

<sup>23</sup> Mark B. Woodhouse, *Berfilsafat: Sebuah Langkah Awal*, terj. Ahmad Norma Permata (Yogyakarta: Kanisius, 2011), 210.

4. *Fear and Trembling* juga karya ilmiah lainnya yang menggunakan nama samaran yaitu Johannes de Silentio terpublikasi bulan Oktober tahun 1943.
5. *Stages On Life's Way* dengan nama samaran Hilarius Bookbinder terpublikasi tanggal 30 April tahun 1845.

Disebut sebagai bapak eksistensialisme, Kierkegaard terkenal sejak abad kedua puluh. Kierkegaard tidak menyetujui sistem abstrak entah itu filsafat ataupun agama yang mencari kebenaran abstrak. Ia pun menegaskan bahwa agama yang mengajarkan manusia bagaimana cara untuk hidup.<sup>24</sup> Karena agama yang dapat membantu setiap individu menemukan keotentikan diri.

Selain itu ada beberapa karya tulis Kierkegaard yang menggunakan nama aslinya yaitu *Work of Love* dan *On My Work as an Author*. Terdapat dua karya tulis dari Kierkegaard yang ditulis sebagai penolakan dari tulisannya yaitu *Concluding Unscientific Postscript* dan *The Sickness unto Death*. Beberapa tulisan oleh Kierkegaard juga ada yang dalam bentuk artikel-artikel. Kierkegaard dalam pengetahuannya lebih mengutamakan yang berasal dari pengalaman individu itu sendiri daripada pengetahuan yang berasal dari logika pada pemikirannya.

---

<sup>24</sup> Kenneth Curtis, dkk., *100 Peristiwa Penting dalam Sejarah Kristen*, terj. A. Rajendran (Jakarta; Gunung Mulia, 2007), 135.

### C. Klasifikasi Tahap-tahap Perubahan Otentisitas Diri Soren

#### Kierkegaard

Kehidupan manusia di dunia merupakan perjalanan menuju keabadian di mana manusia tidak lebih dari sebuah sintesa antara yang sementara (temporal) dan yang abadi (eternal). Pada setiap tahap, manusia secara tidak langsung terbatas pada keadaan keberadaan atau eksistensi. Inilah yang disebut Kierkegaard sebagai ruang lingkup eksistensi atau fase jalan hidup ditempuh manusia untuk menemukan diri yang otentik dalam menemukan cara hidup. Maka dari itu, setiap manusia harus menemukan keotentikan dalam dirinya. Sayangnya, hal ini berbanding terbalik dengan realitas masyarakat bahwa otentisitas manusia masih mengalami krisis. Menurut Kierkegaard, otentisitas adalah upaya individu untuk menjalani kehidupan secara serius dan benar melalui subjektivitas. Kebenaran subjektivitas merupakan upaya individu mencari dengan sungguh-sungguh dan sadar dalam pencariannya memperoleh kebenaran. Hubungan yang lebih ditekankan adalah bagaimana hubungan kebenaran pada individu yang mencari sebuah kebenaran tersebut.<sup>25</sup>

Kehidupan yang penuh harmoni antara realitas batin dan penampilan visual menghilangkan tipu daya dan muslihat dalam setiap tindakannya. Hal ini dikarenakan apa yang diperbuat sesuai dengan realitas batin. Oleh karena itu, menurut Kierkegaard untuk sampai dan

---

<sup>25</sup> Warnoto, "Diri yang Otentik: Konsep Filsafat Eksistensial Soren Kierkegaard" (Skripsi--Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Syarif Hidayatullah, 2010), 54.

menjadi diri yang otentik harus melalui beberapa tahapan. Berikut tiga tahapan otentisitas manusia Soren Kierkegaard:

1. Tahap estetis (*the aesthetic stage*)

Tahap pertama dalam menjadi diri yang otentik yaitu berada pada tahap estetis. Estetika berasal dari bahasa Yunani *aisthesis* yang berarti “sensasi atas perasaan”.<sup>26</sup> Estetis juga memiliki arti lain yaitu “mengindra” dan “merasakan”.<sup>27</sup> Tahapan pertama ini adalah area di mana individu berada dalam keadaan berubah karena rangsangan sensorik atau indrawi dan emosi.<sup>28</sup> Pada tingkat keberadaan estetis perhatian individu tertuju pada kehidupan sosial termasuk segala sesuatu di luar dirinya dan segala sesuatu yang termasuk dunia dan masyarakat. Kesenangan jasmani dan rohani akan terpenuhi.

Keinginan yang dinikmati sepenuhnya hanya ada dalam pengalaman emosi dan nafsu.<sup>29</sup> Oleh sebab itu, tahap pertama lebih ke arah pada pemenuhan keinginan secara spontan dan langsung dan hanya ingin mencapai kesenangan secara indrawi saja serta belum ada moral yang dipikirkan pada tahap ini. Hal ini menjadikan timbul hedonisme yang mereduksi eksistensi individu dalam kepuasan spontan atau secara langsung. Oleh karena itu, tindakan yang ditujukan pada tahap estetis ini jauh dari otentisitas manusia.

<sup>26</sup> Tjaya, *Kierkegaard dan Pergulatan*, 85.

<sup>27</sup> F. Budi Hardiman, *Filsafat Kontemporer dari Machavelli sampai Nietzsche* (Jakarta: Gramedia, 2005), 252.

<sup>28</sup> Ibid.

<sup>29</sup> Armaid Armawi, "Eksistensi Manusia dalam Filsafat Soren Kierkegaard", *Jurnal Filsafat*, Vol. 21, No. 1 (April, 2011), 25.

Paling berbahaya, pada tahap ini manusia dimanjakan oleh kenikmatan nafsu diri semata tanpa memikirkan sebab dan akibat dari tindakan yang dilakukan itu baik atau buruk untuk diri sendiri. Tahap ini juga menyenangkan sesuatu dengan instan yaitu pada saat itu asalkan dapat memberikan kesenangan indrawi. Kierkegaard mencontohkan salah satu representasi dari orang-orang pada tahap estetis ini terjadi pula pada Don Juan, seorang pahlawan atau mahkota Opera Mozart.<sup>30</sup> Don Juan merupakan orang yang berusaha melakukan sesuatu hanya untuk bagaimana cara bisa menikmati sesuatu sesuai dengan apa yang dirasakan.

Jadi, tidak ada prinsip moral pada tahap estetis. Ini juga berarti bahwa tidak memahami sisi baik dan buruk. Tetapi yang ada hanyalah kepuasan dan frustrasi, kesenangan sementara dan rasa putus asa.<sup>31</sup> Sehingga pada akhirnya seorang estetis mendapati suatu titik kehidupan yang menjadi menjenuhkan.<sup>32</sup> Titik kehidupan inilah yang menjadikan manusia belum sampai pada tahap otentik. Dengan itu, sang estetis harus berubah ke arah eksistensi etis sebagai jawaban atas keputusan yang selama ini telah dialami. Serta menjadi permulaan dalam menjadi diri yang otentik.

## 2. Tahap etis (*the ethical stage*)

Tahap ini adalah kesadaran akan adanya aturan dalam masyarakat. Akhirnya, individu mulai berpikir tentang nilai baik dan

<sup>30</sup> Francis J. Lescoe, *Existentialism: With or Without God* (New York: Alba House, 1974), 35.

<sup>31</sup> Tjaya, *Kierkegaard dan Pergulatan*, 89.

<sup>32</sup> Walter Kaufman, *Existentialism from Dostoevsky to Sartre* (New York: Meridian 1989), 263.

buruk bukan hanya menuruti hasrat keinginan semata.<sup>33</sup> Setiap diri individu dapat selalu memonitor keinginan dari nafsu yang akan timbul nantinya. Maka dari itu, acuan tindakan yang akan dilakukan adalah pertimbangan baik dan buruk. Hal ini terjadi karena secara sadar atau tanpa ada paksaan dari individu lain.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa dalam rangka mencapai tahapan etis, setiap individu berkewajiban untuk mengatur dirinya sendiri menurut aturan universal. Dalam situasi ini muncullah kebebasan yang bertanggungjawab. Kierkegaard dalam tahapan etis mencontohkan tokoh Socrates di mana ia rela mengorbankan diri sendiri untuk prinsip moral universal. Socrates yang memiliki prinsip kebijaksanaan dalam hidupnya membuatnya hidup menurut moral dari pengalamannya sendiri. Menurut Kierkegaard individu tidak hanya cukup pada tahap etis, karena akan muncul pertanyaan yang tidak dapat diselesaikan pada tahap etis.

Maka yang dapat mengatasi hanyalah tahapan yang lebih tinggi yaitu iman seorang individu kepada Tuhannya. Pada saat inilah individu perlu melanjutkan ke tahap eksistensi yang lebih tinggi, yaitu tahapan religius.<sup>34</sup> Jadi, tahap etis ini merupakan tahapan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tahap estetis, namun tahapan etis masih memiliki kekurangan untuk menjawab persoalan-persoalan dalam berbagai dimensi kehidupan seseorang. Maka dari itulah dibutuhkan

---

<sup>33</sup> Soren Kierkegaard, *The Present Age and of The Difference Between A Genius and Apostle*, terj. Alexander Dru (New York: Harper Tochbooks, 1962), 43.

<sup>34</sup> Hardiman, *Filsafat Kontemporer*, 253.

tahapan yang lebih tinggi dengan harapan individu sadar untuk meninggalkan keinginan sementara serta memiliki tanggung jawab terhadap moral dan menghindari tahapan estetis untuk merubah kebiasaan buruk tanpa adanya paksaan.

### 3. Tahap religius

Tahap yang terakhir ini adalah tahap tertinggi yang dapat dicapai oleh setiap individu untuk dapat benar-benar terbebas dari nafsu dan hasrat keinginan yang sifatnya sementara. Agar terwujud aktualisasi hidup individu yang otentik tidak cukup hanya menggunakan hukum moral saja dan menyadari baik buruk. Dikarenakan menurut Kierkegaard setiap individu penuh dosa apabila dihadapkan dengan Tuhan. Oleh sebab itu, perlu loncatan ke tahap yang lebih tinggi yaitu eksistensi religius.

Setiap individu pada tahap religius menunjukkan keterbukaan dan pengalaman bahwa kepribadian yang menjadi pondasi kehidupan agar diri dapat menjadi lebih otentik. Keterbukaan dan pengalaman setiap individu menjadi aku kemudian benar-benar akan menjadi otentik, saat sudah berhadapan dengan orang lain.<sup>35</sup> Di mana keotentikan setiap individu akan menjadi nyata sebagai aku bukan orang lain. Tahapan inilah eksistensi dari diri sebagai inti kepribadian.

---

<sup>35</sup> Suhermanto Ja'far, "Eksistensi Manusia dalam Perspektif Metafisika dan Islam" (Disertasi--Program Pascasarjana UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2013), 176.

Otentisitas diri akan menjadi nyata apabila dapat menghindari keterlibatan dengan orang atau kelompok lain (kerumunan).<sup>36</sup>

Pada tahapan ini bagi Kierkegaard individu dibentuk oleh pengenalan diri akan Tuhan dan kesadaran diri untuk benar-benar berubah ke arah yang baik dan meninggalkan kebiasaan buruk. Eksistensi religius hanya membutuhkan keyakinan atau iman. Hal yang terpenting pada tahap religius adalah melibatkan hubungan pribadi dengan Tuhan serta adanya tanggung jawab di dalamnya. Kierkegaard memberikan contoh tokoh Ibrahim sebagai representasi tahap religius. Ibrahim sangat merepresentasikan tahap religius sebab keimanan dan komitmennya kepada Tuhan yaitu menjalankan apapun perintah-Nya meskipun itu hal yang berat baginya.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa tahap religius adalah tahap tertinggi yang tidak mudah untuk diraih dikarenakan tahap ini membutuhkan keyakinan atau iman yang tinggi untuk dapat meleburkan diri pada Tuhan. Akan tetapi, tahap ini bisa diraih jika seseorang melibatkan kesadaran dirinya secara penuh dan sungguh-sungguh. Menurut Kierkegaard jika sudah pada tahap religius maka setiap individu akan menjadi diri yang otentik.

---

<sup>36</sup> Ibid..

**BAB III**

**REPRESENTASI GAYA HIDUP DARI *SHOPAHOLIC* KE**

***MINDFULNESS LIVING* PADA KANAL YOUTUBE PANGKATENAM**

**A. Profil Kanal YouTube Pangkatenam**

Sebelum mengetahui kanal YouTube Pangkatenam yang dimiliki oleh Mega Liyanti, peneliti akan menjabarkan terlebih dahulu tentang pengertian YouTube dan vlogger. YouTube yaitu video berbasis online dan alasan utama adanya situs ini adalah mekanisme dalam mendapatkan, meninjau, dan berbagi rekaman yang unik kepada semua penggunanya. YouTube juga merupakan situs yang di dalamnya terdapat kegiatan untuk berbagi video yang juga dapat di unduh.<sup>1</sup> Bukan hanya itu, YouTube juga dapat sebagai tahap apresiasi bagi kreator dan promotor baik dari segi bentuk dan ukuran.<sup>2</sup>

YouTube memberi akses pada penggunanya seperti berbagai jenis video, termasuk video musik, film, berita dan informasi, olahraga, gaya hidup, vlog, *game*, dan banyak lagi.<sup>3</sup> Situs YouTube ini memungkinkan penonton untuk menonton siaran nasional dan internasional.<sup>4</sup> YouTube kini juga memberikan akses pada penggunanya untuk berbagi video pribadi yang di unggah pada kanal YouTube pribadi. Dalam proses

---

<sup>1</sup> Juitania dan I. Gede Adi Indrawan, "Dampak Penggunaan Konten Youtube terhadap Minat Belajar Bahasa Inggris Mahasiswa Universitas Pamulang", *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)*, Vol. 5, No. 1, (Agustus, 2020), 36.

<sup>2</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simiosa Rekatama Media, 2017), 17.

<sup>3</sup> Juitania dan Indrawan, "Dampak Penggunaan", 36.

<sup>4</sup> Laksamana Media, *Youtube dan Google Video: Membuat, Mengedit, dan Upload Video* (Yogyakarta: MediaKom, 2009), 83.

pengunggahan pada kanal YouTube ini juga sangat mudah karena tanpa memerlukan pengeluaran berlebih dan bisa diakses di mana pun dengan alat digital yang memadai. Hal tersebut sekarang membuat bermunculan pemula kreator video yang bisa dengan bebas mengunggah video karyanya bertujuan agar dilihat oleh para penonton.<sup>5</sup>

Kegiatan ini pun sekarang telah menjadi sebuah profesi yang dinamakan vlogger. Vlogger adalah sebutan untuk orang yang membuat video blog kemudian di unggah pada kanal YouTube pribadi untuk kemudian di tonton orang lain. Vlog atau video blog adalah bentuk media informasi yang dikemas dalam bentuk video sederhana yang dikelola oleh YouTube.<sup>6</sup> Vlog yang biasanya sering dilihat oleh para *viewers* adalah tentang gaya hidup, kecantikan, *fashion* dan tips-tips tentang apapun yang membangun.

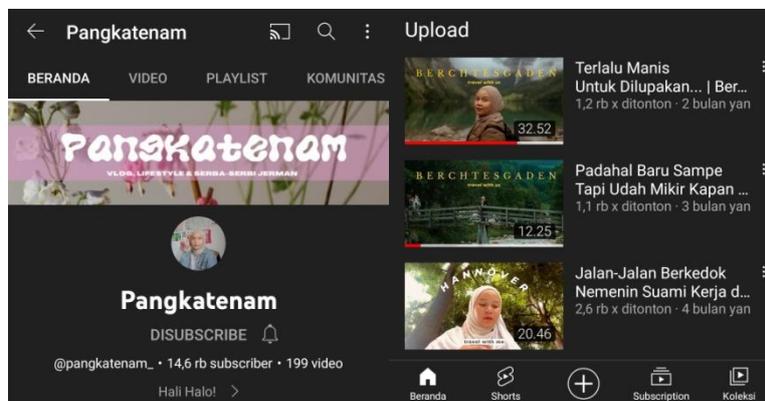
Khususnya pembahasan dalam penelitian ini pembahasannya adalah seputar kanal YouTube Pangkatenam yang menyajikan vlog atau video-video seputar kegiatan sehari-hari, kecantikan, tutorial memasak, obrolan santai bersama teman-teman, *challenge* serta tips dan trik bagi para *shopaholic* agar lebih *mindful* dan menghindari hidup konsumtif. Kanal YouTube Pangkatenam merupakan kanal YouTube pribadi yang dimiliki oleh Mega Liyanti. Memiliki nama lengkap Mega Liyanti

---

<sup>5</sup> Surya Perdana, dkk., "Motif dan Kepuasan Subscribers Menonton Video dalam Youtube Channel Londokampung", *Jurnal E-Komunikasi*, Vol. 6, No. 2 (2018), 3.

<sup>6</sup> Ronny Yudhi Septa Priana, "Pemanfaatan Vlog Sebagai Media Pembelajaran Terintegrasi Teknologi Informasi", *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP UNTIRTA* (2017), 314.

Kurniawan<sup>7</sup>, ia memulai video pertamanya di YouTube yaitu pada tahun 2016.<sup>8</sup>



Gambar 1.1 (Screenshot Kanal YouTube Pangkatenam)

Awal mula kanal pribadi Mega Liyanti ini memakai namanya yaitu Megalilyanti yang kemudian di ubah namanya menjadi Pangkatenam. Perubahan namanya ini berawal dari Mega Liyanti yang meminta saran kepada temannya. Pada saat mata kuliah teknik lingkungan untuk menghitung besaran, terdapat hasil dari besaran  $2 \times 10^6$  sama dengan 2 megajoule. Dan teman-temannya sering memberikan candaan kepada Mega Liyanti tentang megajoule ini karena seperti namanya Mega. Kemudian temannya menyeteluk untuk memakai nama itu untuk perubahan nama pada kanal YouTube-nya. Dikarenakan  $10^6$  sama dengan mega menjadi alasan Mega Liyanti memakai nama Pangkatenam untuk kanal YouTube pribadinya, di mana mega adalah namanya.<sup>9</sup>

<sup>7</sup> Akun Media Sosial Ask.fm Mega Liyanti/Diakses 18 November 2022.

<sup>8</sup> <https://youtube.com/@pangkatenam>

<sup>9</sup> <https://youtu.be/uxW61MzbjsA/Menit> ke 04:45/Diakses 18 Desember 2022.

Kanal YouTube Pangkatenam merupakan channel YouTube oleh Mega Liyanti, di mana ia yang telah menjalankan YouTube pribadinya sejak masih menjadi mahasiswa di Jerman sampai sekarang. Aktif mengunggah video-video pada kanal YouTube miliknya Mega Liyanti juga disebut sebagai youtuber. Youtuber merupakan panggilan bagi orang-orang setelah mengunggah video pribadinya pada kanal YouTube miliknya.<sup>10</sup> Sebagai seorang youtuber juga menerima aliran uang harian yang konstan dari iklan yang terkandung dalam video.<sup>11</sup>

Mega Liyanti adalah seorang mahasiswa yang merantau dan kuliah di Jerman, tepatnya di kota Berlin. Kanal YouTube Pangkatenam oleh Mega Liyanti awal kontennya berdurasi cukup singkat. Konten YouTube yang dibuat yaitu kehidupan bersama teman-temannya di Jerman serta obrolan santai dan *challenge* bersama. Mega Liyanti pun juga membuat vlog tentang kegiatan sehari-hari menjalani perkuliahan di Jerman. Sesekali Mega Liyanti juga membuat konten tentang belanja bulanan saat menjadi perantau di Jerman. Di Jerman Mega Liyanti tinggal bersama Junofah teman sesama mahasiswa yang berasal dari Indonesia.

Dikarenakan tinggal bersama, Mega Liyanti dan Junofah sering membuat konten video bersama dari *challenge*, jalan-jalan, berbelanja kebutuhan bersama sampai obrolan santai mengenai tips-tips perubahan hidup saat tinggal di Jerman. Sampai akhirnya setelah kelulusan S1

---

<sup>10</sup> Suparana Wijaya dan Eka Abid Mahatma, "Analisa Upaya Peningkatan Penerimaan Perpajakan Dari Penggalan Potensi Pajak Atas Penghasilan Youtuber", *Jurnal Manajemen Keuangan Publik*, Vol. 1, No. 2 (November, 2017), 126.

<sup>11</sup> Jubilee Enterprise, *Jadi Youtuber (A-Z)* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019), 1.

mereka tidak tinggal bersama lagi dan tidak membuat konten video bersama lagi. Kemudian, setelah lama tidak berjumpa mereka akhirnya bertemu kembali dan Mega Liyanti mengajak temannya Junofah untuk membuat video bersama yaitu obrolan santai mengenai masa-masa awal kuliah di Jerman yang selalu boros atau berlebihan sampai pada tahap perilaku konsumtif dan membuat mereka menjadi pelaku *shopaholic*.

Pada akhirnya, mereka kemudian menceritakan perubahan dari perilakunya yang menjadi pelaku *shopaholic* menjadi lebih *mindful*. Perubahan baik telah dirasakan setelah menerapkan hidup yang lebih *mindfulness*. Akhirnya mereka sekarang menjalani hidup yang lebih *mindfulness living*. Karena telah mengetahui pentingnya kesadaran untuk diterapkan dalam hidup yang dijalani. Hal ini menggambarkan keotentikan diri pada Mega Liyanti dan Junofah.

## **B. Representasi Gaya Hidup Dari *Shopaholic* pada Kanal YouTube**

### **Pangkatenam**

Representasi ditemukan dalam objek, gambar, suara, tulisan, buku, majalah, dan program televisi. Ini bekerja dengan diproduksi, ditampilkan, digunakan dan kemudian dipahami dalam konteks tertentu.<sup>12</sup> Secara etimologis representasi berarti perwalian dan sebuah penggambaran. Sedangkan secara terminologi memiliki arti sebagai gambaran sesuatu yang dimiliki oleh kehidupan dan dapat direpresentasikan secara medial.

<sup>12</sup> Chris Barker, *Cultural Studies: Teori dan Praktik*, terj. Nurhadi (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004), 227.

Representasi menurut Barker berarti objek dan praktik lainnya direpresentasikan atau dideskripsikan di dunia nyata sehingga membentuk budaya, makna dan pengetahuan.<sup>13</sup>

Dapat diketahui bahwa representasi proses pemaknaan yang merujuk pada semua bentuk media, terutama media dalam segala hal yang dikonstruksikan dan bagaimana cara memaknainya. Pada konteks skripsi ini, gaya hidup *shopaholic* yang akan menjadi representasi dari tayangan di kanal YouTube Pangkatenam pada pribadi Mega Liyanti dan temannya Junofah. Memiliki nama lengkap Yunika Nur Fahmi yang sering dipanggil Junofah atau Nika.<sup>14</sup> Gaya hidup *shopaholic* yang dijalani oleh Junofah pada saat di Jerman bermula dari ruang lingkup keluarga yang sejak SD suka memberikan banyak barang kepadanya dikarenakan merupakan anak perempuan satu-satunya.

Kebiasaan berbelanja ini berawal dari keluarganya yaitu ibunya yang membangun pribadi jadi hidup dengan gaya hidup berlebihan dan menjadi pelaku *shopaholic*.<sup>15</sup> Junofah pun juga menjelaskan dalam video di kanal YouTube Pangkatenam bahwa gaya hidup yang pernah dijalani dulunya sangat maksimalis dikarenakan membeli banyak pakaian dan *makeup* yang berlebihan sampai pada tahap konsumtif dan menjadikan hedon.<sup>16</sup> Sejak SMP pun Junofah telah menerapkan perilaku konsumtif, di mana ketika setelah pulang sekolah ataupun les saat merasa sedang ada

---

<sup>13</sup> Ibid, 418.

<sup>14</sup> Akun Media Sosial Ask.fm Junofah/Diakses 18 November 2022.

<sup>15</sup> [https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit Ke 4:0](https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit%20Ke%204:0)/Diakses 19 Desember 2022.

<sup>16</sup> [https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit Ke 2:14](https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit%20Ke%202:14)/Diakses 19 Desember 2022.

masalah dan stress pelariannya yaitu pergi berbelanja ke pusat perbelanjaan.<sup>17</sup>



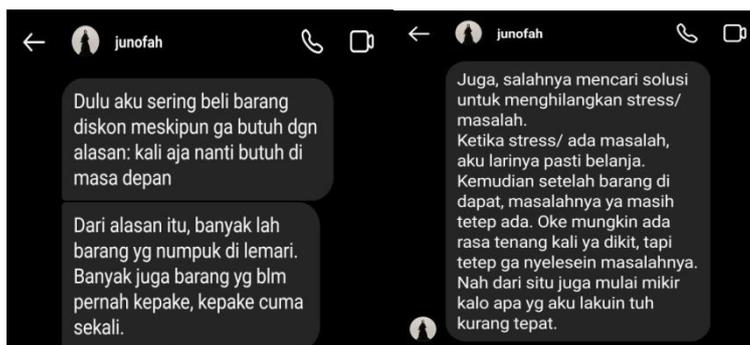
**Gambar 1.2 (Screenshot Obrolan Junofah Terkait Awal Mula Menjadi Pelaku Shopaholic)**

Kebiasaan berbelanja tersebut berlanjut sampai saat menjadi mahasiswa di Jerman. Junofah sendiri menjelaskan dulu saat masih menjadi mahasiswa saat sedang stres cara mengatasinya yaitu dengan berbelanja pakaian tanpa memikirkan apakah itu dibutuhkan atau tidak. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara melalui DM (*Direct Message*) dengan Junofah bahwa ia mengatakan:<sup>18</sup>

“Dulu sering beli barang diskon meskipun tidak butuh dengan alasan mungkin membutuhkan di masa depan. Kebiasaan belanja ini sudah lama dilakukan, sejak SD. Kemudian berlanjut ke Jerman, ketika Junofah sudah mempunyai uang sendiri.”

<sup>17</sup> [https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit\\_Ke\\_19:55/Diakses\\_19\\_Desember\\_2022](https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit_Ke_19:55/Diakses_19_Desember_2022).

<sup>18</sup> Yunika Nur Fahmi (Junofah), *Wawancara Via DM (Direct Message)*, 29 November 2022.

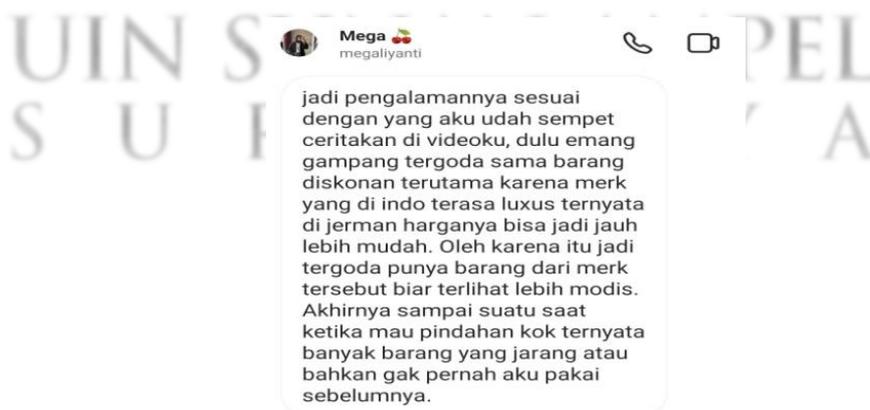


**Gambar 1.3 (Screenshot Direct Message (DM) Junofah)**

Berbeda dengan Junofah, Mega Liyanti pernah ditahap menjalani gaya hidup *shopaholic* berawal dari merantau dan tinggal di Jerman saat menjadi mahasiswa. Di mana, ia merasa berhak untuk membelanjakan uang sesuai keinginannya karena hasil kerjanya sendiri. Hal ini berbeda ketika masih di Indonesia dan tinggal bersama keluarga apapun yang akan di beli harus dengan persetujuan ibu.<sup>19</sup>

Dalam hasil wawancara pun Mega Liyanti mengatakan:

“Dulu mudah tergoda dengan barang diskon serta alasan utamanya pakaian dengan merek mewah di Indonesia harganya di Jerman jauh lebih murah”. Oleh karena itu, tergoda untuk terus berbelanja lebih sering. Hal ini membuktikan gaya hidupnya yang *shopaholic* sampai tahap konsumtif karena membeli barang tanpa memikirkan butuh atau tidak, dipakai atau tidak dan berlebihan karena membeli sebab diskon semata.”<sup>20</sup>



**Gambar 1.4 (Screenshot Direct Message (DM) Mega Liyanti)**

<sup>19</sup> [https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit\\_Ke\\_6:37/Diakses19](https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit_Ke_6:37/Diakses19) Desember 2022.

<sup>20</sup> Mega Liyanti Kurniawan, *Wawancara Via DM (Direct Message)*, 25 November 2022.

Pada kanal YouTube Pangkatenam, Mega Liyanti menjelaskan gaya hidup *shopaholic* yang pernah terjadi padanya dikarenakan indera mata sebagai pemicu karena melihat secara langsung pusat perbelanjaan dan tergiur untuk membeli pakaian yang tidak dibutuhkan. Mega Liyanti juga membeli baju hanya karena diskon padahal baju yang di beli terkadang tidak pernah dipakai. Hal inilah yang menyebabkan Mega Liyanti menjadi pelaku *shopaholic* karena kecanduan berbelanja tanpa memikirkan baju yang di beli dibutuhkan atau tidak.<sup>21</sup>



**Gambar 1.5 (Screenshot Alasan Mega Liyanti Menjadi Pelaku *Shopaholic*)**

Mega Liyanti juga mengatakan alasannya karena lingkup pertemanan membuat gaya hidup *shopaholic* semakin berkembang. Di mana Mega Liyanti dan Junofah hidup bersama dan sama-sama menjadi pelaku *shopaholic* sampai tak terkontrol untuk membeli pakaian atau barang-barang dari murah sampai mahal. Seperti sering berbelanja baju

<sup>21</sup> [https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit Ke 07:47/Diakses 19 Desember 2022](https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit%20Ke%2007:47/Diakses%2019%20Desember%202022).

yang sama atau kembar saat akan menghadiri acara yang sama. Di mana hal ini tidak perlu dilakukan terus menerus saat menghadiri acara.<sup>22</sup>

Mega Liyanti dan Junofah mengatakan menjalani gaya hidup *shopaholic* karena faktor dari rasa kepuasan dan untuk mengurangi stress. Gaya hidup *shopaholic* merupakan bentuk dari perilaku konsumtif, di mana kecendrungan setiap orang dalam mengkonsumsi tanpa henti dan perbuatan setiap orang dikarenakan tertarik pada hasrat sementara dibandingkan pemenuhan kebutuhan.<sup>23</sup>

### C. Konsep Perubahan Gaya Hidup dari *Shopaholic* ke *Mindfulness*

#### ***Living* pada Kanal YouTube Pangkatenam**

Setiap orang pada zaman sekarang pasti selalu ingin tampil *trendy*, mengikuti gaya hidup sampai berlebihan. Gaya hidup yang berlebihan ini menimbulkan perilaku konsumtif. Gaya hidup yang dianut ini bisa menjadikan sebagai pelaku *shopaholic*, karena *shopaholic* termasuk bagian dari perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini muncul sebab pribadi yang belum baik, karena belum dapat berfikir mana yang baik atau buruk. Maka dari itu, ketika setiap individu telah sadar dan merubah kepribadiannya menjadi baik pasti akan merubah gaya hidup dari *shopaholic* ke *mindfulness living*.

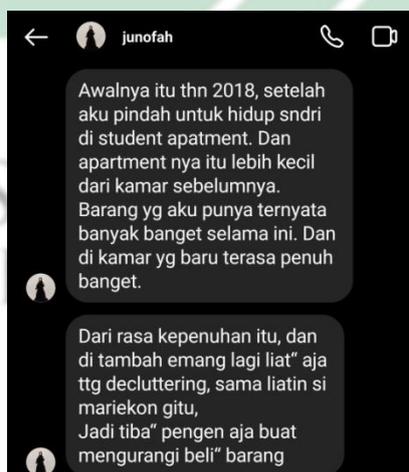
<sup>22</sup> [https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit Ke 08.12/Diakses 19 Desember 2022](https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit%20Ke%2008.12/Diakses%2019%20Desember%202022).

<sup>23</sup> Sam Oliver Butarbutar, "Perbedaan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Berkepribadian Introvert Dengan Mahasiswa Berkepribadian Ekstrovert" (Skripsi--Fakultas Psikologi UGM, 2008) 15.

Perubahan diri atau pribadi inilah yang juga terjadi pada Mega Liyanti dan Junofah yang telah sadar akan bentuk perilaku konsumtif yaitu gaya hidup *shopaholic* bahwa bukanlah sesuatu yang benar. Perubahan gaya hidup *shopaholic* ini, Mega Liyanti dan Junofah ubah menjadi ke lebih *mindfulness living*. Perubahan ke arah *mindfulness living* ini terjadi setelah mengetahui otentisitas diri yaitu faham akan apa yang benar-benar dibutuhkan dan diprioritaskan serta lebih berkesadaran dalam menjalani hidup saat ini.

Junofah menceritakan perubahan pada wawancara via DM (*Direct Message*) berikut :

“Awal mula perubahan gaya hidup yang dijalani sekarang. Berawal dari tahun 2018, setelah tidak tinggal bersama Mega Liyanti, Junofah tinggal di tempat yang lebih kecil dan saat memindahkan pakaian ke almari ternyata baju yang dimiliki terlalu banyak dan membuat sangat penuh. Dari sini, Junofah mengaku tidak senang dan merasa sesak melihat almari yang terlalu banyak dan penuh dengan pakaian.”<sup>24</sup>



Gambar 1.6 (Screenshot Direct Message (DM) Junofah)

Setelah itu, Junofah menyadari gaya hidup *shopaholic* yang dialami adalah tindakan salah. Kemudian, Junofah membagikan pakaian

<sup>24</sup> Yunika Nur Fahmi (Junofah), Wawancara Via DM (*Direct Message*), 29 November 2022.

yang dimiliki dan tidak terlalu dibutuhkan untuk hanya memiliki pakaian yang dibutuhkan saja. Setelah melakukan ini Junofah merasakan lega dan hidup lebih nyaman. Hal ini diungkapkan oleh Mega Liyanti dan Junofah dalam video di kanal YouTube Pangkatenam.

Hal ini didukung karena Junofah juga mendengarkan ceramah-ceramah tentang apapun yang dimiliki seperti barang-barang sampai pakaian kelak akan dipertanggungjawabkan yaitu pernah dipakai untuk beribadah atau tidak. Junofah yang memiliki pakaian sangat banyak merasa untuk harus mengubah dengan membagikan pakaian yang dimiliki dan tidak terlalu dibutuhkan untuk hanya memiliki pakaian yang dibutuhkan saja.<sup>25</sup>



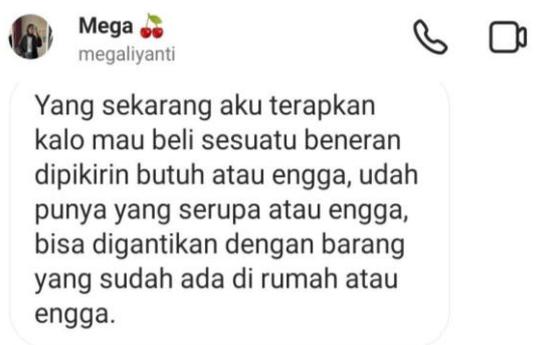
Gambar 1.7 (Screenshot Alasan Perubahan Junofah Menjadi Lebih Mindful)

Perubahan diri atau pribadi dikarenakan dulu yang mengesampingkan hal tentang hukum agama tetapi sekarang lebih sadar pada hukum-hukum yang telah ditetapkan dalam agama.

Sedangkan Mega Liyanti menjelaskan perubahannya melalui wawancara DM (*Direct Message*) yaitu bahwa:

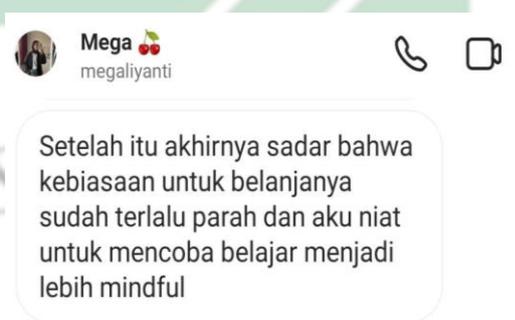
<sup>25</sup> [https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit Ke 12:13/Diakses 19 Desember 2022](https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit%20Ke%2012:13/Diakses%2019%20Desember%202022).

“Perubahan ke tahap mindfulness living adalah bermula dari ketika mau pindahan ternyata banyak barang yang jarang dipakai dan hampir tidak dipakai sama sekali. Setelah itu, akhirnya sadar bahwa kebiasaan berbelanja sudah terlalu parah karena pernah menjadi pelaku shopaholic. Kemudian, Mega Liyanti mencoba untuk belajar menjadi lebih mindfulness.”<sup>26</sup>



**Gambar 1.8 (Screenshot Direct Message (DM) Mega Liyanti Tentang Perubahan yang Dialami )**

“Kehidupan sekarang yang dijalani oleh Mega Liyanti atas perubahan gaya hidup shopaholic ke mindfulness living adalah menerapkan jika ketika membeli barang atau pakaian akan dipikirkan dengan matang terlebih dahulu bukan hanya karena rasa kepuasan semata.”



**Gambar 1.9 (Screenshot Direct Message (DM) Mega Liyanti Penerapan Mindfulness Living)**

Perubahan diri atau pribadi ini berdampak positif pada Mega Liyanti yang membuatnya menjadi lebih hemat dan jadi berkurang

<sup>26</sup> Mega Liyanti Kurniawan, *Wawancara Via DM (Direct Message)*, 25 November 2022.

kekacauan atau keruwetan dirumah.<sup>27</sup> Perubahan lainnya yang dijelaskan di kanal YouTube Pangkatenam yaitu dapat membelanjakan uang untuk barang yang dapat bermanfaat dan mengandung investasi seperti untuk konten YouTube serta hal ini menjadikan lebih produktif.

Perubahan diri atau pribadi yang dirasakan oleh Junofah setelah menerapkan hidup yang lebih *mindfulness living* adalah membeli barang yang lebih bermanfaat dan lebih dibutuhkan. Almari pakainya menjadi lebih lega dan tidak sesak penuh dengan pakaian. Junofah juga jadi bisa lebih mengatur keuangan untuk ditabung dan membelanjakan barang yang dibutuhkan atau prioritas. Junofah pun juga termotivasi dengan melihat konten orang Jepang yang bernama Marie Kondo yang telah menerapkan *mindfulness living* terlebih dahulu.<sup>28</sup>



Gambar 1.10 (Screenshot Obrolan Terkait Junofah yang Termotivasi dengan Orang Jepang)

Junofah menyadari bahwa gaya hidup *shopaholic* yang dulu pernah dijalani hanya kebahagiaan semu dan sementara. Karena jika dulu pemikirannya bahwa ketika stress berbelanja akan menghilangkan stress-nya, tetapi kenyataannya ternyata sama saja jika tidak berbelanja rasa

<sup>27</sup> Ibid.

<sup>28</sup> [https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit Ke 19:10/Diakses 19 Desember 2022](https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit%20Ke%2019:10/Diakses%2019%20Desember%202022).

stress itu akan perlahan tetap pudar. Dengan kehidupan sekarang merasa lebih senang dan menerapkan *mindfulness living*. Karena mengurangi konsumsi belanja jadi dapat bisa menabung untuk masa depan, investasi, membuka usaha baru, dan beberapa kegiatan produktif lainnya.<sup>29</sup>



**Gambar 1.11 (Screenshot Hasil yang Dirasakan Setelah Menerapkan Mindfulness Living)**

Mega Liyanti mengatakan di video YouTube Pangkatenam bahwa lingkungan juga mempengaruhi adanya perubahan *mindfulness living*, karena jika berada pada lingkungan yang mendukung menjadi pelaku *shopaholic* lebih baik dihindari. Mega Liyanti juga menyadari apa yang harus diprioritaskan dan yang benar-benar dibutuhkan. Mega Liyanti dan Junofah juga menjelaskan bahwa dengan menerapkan *mindfulness living* akan mendapatkan hasil yaitu konsumsi menurun dan uang jadi dapat lebih ditabung dan digunakan hal lain yang jauh lebih berguna.

Penerapan dari *mindfulness living* ini untuk Mega Liyanti dan Junofah juga membutuhkan proses tidak langsung instan tetapi perlu proses di dalamnya untuk sampai benar-benar menjalani *mindfulness*

<sup>29</sup> [https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit Ke 20:35/Diakses 19 Desember 2022](https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit%20Ke%2035/Diakses%2019%20Desember%202022).

*living*.<sup>30</sup> Dengan menerapkan *mindfulness living* juga dapat mengurangi konsumsi yang berlebihan. Di mana dulu belanja menurut nafsu, tidak ada batasan tidak mempunyai *self control* berubah menjadi lebih ke arah baik dan *mindfulness living* membawa dampak yang baik. Sekarang Mega Liyanti dan Junofah telah mengalami transformasi diri yaitu menemukan keotentikan dirinya dengan menjadi lebih *mindful* dalam menjalani hidup, karena sudah jarang berbelanja dan membeli baju karena kebutuhan yang memang benar-benar dibutuhkan.

#### **D. Beberapa Konten pada Kanal YouTube Pangkatenam tentang Tips dan Trik Hidup Lebih *Mindfulness***

Konten pada kanal YouTube Pangkatenam selain tentang konten kehidupan di Jerman, obrolan santai dan membahas masalah perkuliahan, juga terdapat tips dan trik bagi orang-orang yang ingin hidup lebih *mindfulness*. Menyinggung salah satu konten video yang telah dijabarkan di atas tentang obrolan santai antara Mega Liyanti sebagai pemilik kanal YouTube Pangkatenam dan cerita dari temannya Junofah.

Dapat diketahui, bahwa kehidupan yang dijalani oleh Mega Liyanti dan Junofah sekarang telah berubah lebih *mindfulness living*. Hal ini dibuktikan oleh Mega Liyanti yang telah membuat beberapa konten video pada kanal YouTube pribadinya yaitu Pangkatenam tentang beberapa tips dan trik menjadi lebih *mindfulness* sebagai berikut:

---

<sup>30</sup> [https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit Ke 23:16](https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE/Menit%20Ke%2023:16)/Diakses 19 Desember 2022.

**1. 5 Little Steps To Be More Mindful for Beginners (5 hal kecil cara dan tips agar dapat lebih berkesadaran)**

Pada konten YouTube ini Mega Liyanti bersama dengan suaminya menjelaskan beberapa tips dan trik agar dapat menjadi lebih *mindfulness living* untuk para pemula yang ingin menjadi lebih *mindful*, yaitu :<sup>31</sup>

- a. Membuat daftar belanja apa saja yang benar-benar dibutuhkan. Seperti untuk berbelanja makanan sehari-hari, elektronik, barang-barang dan pakaian. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir apa yang diinginkan daripada apa yang dibutuhkan dan tidak tergiur dengan barang lainnya. Serta bertujuan untuk mengetahui kebutuhan diri sendiri.



**Gambar 2.1 (Screenshot Tahap Pertama Menjadi Lebih Mindfulness)**

<sup>31</sup> <https://youtu.be/uun3dYg6bIE>/Diakses 20 Desember 2022.

- b. Saat pergi untuk berbelanja mingguan/bulanan menghindari dengan perut kosong. Hal tersebut dilakukan karena untuk menghindari hedon dan perilaku yang konsumtif maka dari itu harus untuk menerapkan *mindful living*. Jika perut dalam keadaan kosong maka akan timbul keinginan membeli makan di luar yang seharusnya dapat dilakukan di rumah dan hal ini tidak membuat pengeluaran berlebih.



Gambar 2.2 (Screenshot Tahap Kedua Menjadi Lebih *Mindfulness*)

- c. Mengetahui kelemahan diri sendiri apa yang memicu untuk melakukan belanja berlebihan. Pada representasi Mega Liyanti hal yang memicu dalam berbelanja adalah melihat online shop ataupun pusat perbelanjaan.



Gambar 2.3 (Screenshot Tahap Ketiga Menjadi Lebih *Mindfulness*)

- d. Mengaplikasikan latihan untuk makan sebelum lapar dan berhenti sebelum kenyang. Di mana hal ini sesuai dengan ajaran agama Islam oleh Rasulullah. Menjadikan hemat, sehat, dan kenyang. Pada representasi Mega Liyanti yaitu membuat list untuk membeli makan agar terhindar dari perilaku konsumtif yang menyebabkan mubadzir. Dengan ini juga telah menerapkan *mindful eating*.



Gambar 2.4 (Screenshot Tahap Keempat Menjadi Lebih *Mindfulness*)

- e. Harus dapat mengenal diri sendiri dengan sering bertanya pada diri sendiri. Untuk mengetahui apa yang benar-benar dibutuhkan dan apa yang diinginkan. Setelah mengenal dan mengetahui diri sendiri jadi dapat menghindari apa yang *trendy* di masyarakat dengan terhindar ini telah menetapkan *mindfulness living* dan menjadikan terhindar dari perilaku konsumtif.

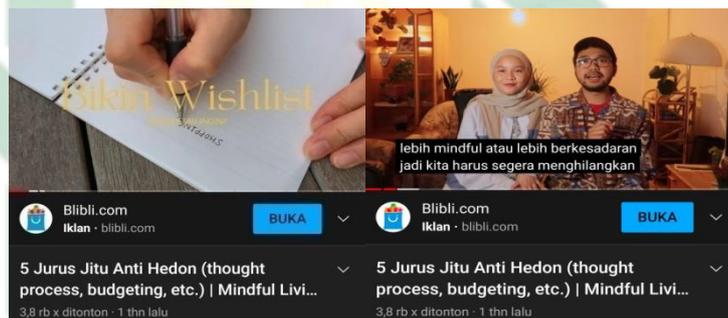


Gambar 2.5 (Screenshot Tahap Kelima Menjadi Lebih *Mindfulness*)

## 2. 5 Jurus Jitu Anti Hedon

Pada konten YouTube ini Mega Liyanti bersama dengan suaminya menjelaskan beberapa tips dan trik menjadi lebih *mindfulness living* yang telah diterapkan untuk terhindar dari hedon sampai tahap konsumtif yaitu:<sup>32</sup>

- a. Membuat *wishlist* untuk membedakan antara barang yang dibutuhkan dan diinginkan. Hal ini agar terhindar dari tindakan impulsif yang menimbulkan perilaku konsumtif agar dapat berubah lebih *mindfulness*.



Gambar 3.1 (Screenshot Tahap Pertama Anti Hedon Untuk Menjadi *Mindfulness*)

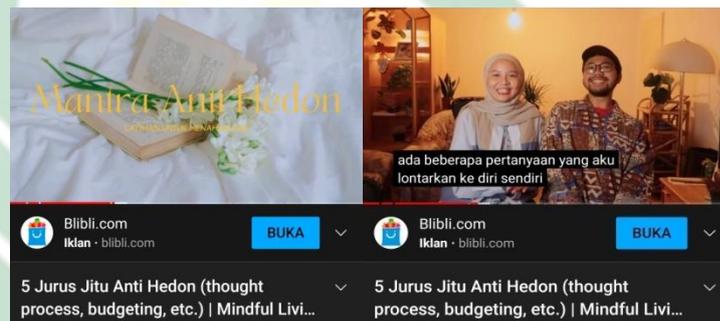
- b. Membuat prioritas. Hal ini bertujuan untuk mengelola alokasi dana dalam membeli barang-barang harus sekarang atau dapat ditunggu. Setelah mengetahui prioritas akan dapat mengelola uang dengan baik dan tidak terbuang untuk barang-barang yang hanya diinginkan tanpa nilai investasi.

<sup>32</sup> <https://youtu.be/dEN3N7KZCr8/Diakses> 23 Desember 2022.



Gambar 3.2 (Screenshot Tahap Kedua Anti Hedon Untuk Menjadi *Mindfulness*)

- c. Mempunyai jurus jitu anti hedon untuk diri sendiri agar dapat menerapkan *mindfulness*. Latihan untuk menahan diri berbelanja barang-barang yang tidak dibutuhkan. Representasi dari Mega Liyanti yaitu menghindari untuk melihat online shop barang-barang atau pakaian.



Gambar 3.3 (Screenshot Tahap Ketiga Anti Hedon Untuk Menjadi *Mindfulness*)

- d. Refleksi diri yaitu berhenti sejenak dan melihat barang-barang di sekitar yang telah dimiliki. Artinya ketika akan membeli pakaian atau barang harus melihat barang yang dimiliki terlebih dahulu, jika memiliki kesamaan dengan barang atau pakaian yang akan di beli maka lebih baik untuk tidak membeli karena sudah mempunyai.



Gambar 3.4 (Screenshot Tahap Keempat Anti Hedon Untuk Menjadi *Mindfulness*)

- e. *Financial planning*, sangat penting dilakukan karena ini adalah tujuan utama dari *mindfulness* yaitu dapat hidup lebih tenang dan hemat. Representasi dari Mega Liyanti yaitu membuat catatan setiap bulan untuk pengeluaran wajib dan cadangan. Hal ini membantu untuk mengurangi pengeluaran yang berlebihan dan dapat menjadikan lebih *mindfulness*.



Gambar 3.5 (Screenshot Tahap Pertama Anti Hedon Untuk Menjadi *Mindfulness*)

**BAB IV**

**ANALISIS PERUBAHAN GAYA HIDUP DARI *SHOPAHOLIC* KE  
*MINDFULNESS LIVING* PADA KANAL YOUTUBE PANGKATENAM  
PERSPEKTIF OTENTISITAS MANUSIA SOREN KIERKEGAARD**

Sekelompok masyarakat pada era ini telah berubah mengalami krisis identitas. Hal ini selain dikarenakan faktor psikologis ternyata krisis identitas pun dapat muncul akibat perubahan sosial, modernisasi dan globalisasi. Nyatanya, tidak sedikit sekelompok masyarakat yang menikmati pengaruh modernisasi dan globalisasi, seperti merebaknya teknologi informasi, internet dan media sosial, gemerlapnya industri modeling, musik, film, dan gaya hidup. Namun, tidak selalu berarti fenomena ini bisa membuat mereka bahagia.<sup>1</sup>

Perubahan teknologi informasi yang telah mempengaruhi kelompok masyarakat ini membuat perubahan kepribadian pada diri setiap individu. Kenyataannya, setiap individu tidak boleh terlalu terpengaruh pada fenomena yang membawa pada hal negatif, terutama sebagai seorang muslim. Dikarenakan kepribadian adalah identitas satu-satunya yang dimiliki setiap muslim. Kepribadian ini didasarkan pada dua unsur utama yaitu pola pikir ('aqliyah) dan sikap (nafsiyah). Jika kedua unsur utama tersebut dapat berpadu dengan baik, maka akan membentuk pribadi muslim yang sempurna dan utuh.<sup>2</sup>

Maka dari itu, apabila setiap individu dapat menjalankan dengan baik antara pola pikir dan sikap pasti kehidupan yang dijalani berjalan dengan baik

---

<sup>1</sup> Chaider S. Bamualin, dkk, *Kaum Muda Muslim Milenial: Konservatisme, Hibridasi Identitas, dan Tantangan Radikalisme* (CSRC: Jakarta, 2018), 5.

<sup>2</sup> Mukhammad Yusuf, *Lihatlah Aku!* (Jakarta: Gramedia, 2016), 96.

tanpa menuruti nafsu untuk tergiur melakukan hal yang buruk. Seperti tergiur dengan *trend-trend* yang ada di masyarakat seperti mengikuti gaya hidup yang tiada habisnya. Setiap individu adalah pembuat keputusan dalam eksistensinya. Definisi menjadi individu eksistensial adalah bukan menjadi individu yang baru dan berbeda dengan individu lain, tetapi dapat membuat pilihan berdasarkan kehendaknya dan memahami bahwa pilihan itu adalah tanggung jawabnya kelak.<sup>3</sup>

Otentisitas manusia Soren Kierkegaard mengajarkan kepada setiap individu untuk dapat menjadi individu yang otentik. Untuk menjadi diri yang otentik bagi Kierkegaard yaitu bahwa bukan realitas sosial (yang berada di luar manusia) yang harus di ubah, melainkan dirinya sendiri. Pada setiap individu pasti memiliki pengalaman masa lalu berbeda-beda dengan individu lain, maupun itu pengalaman baik atau pengalaman buruk. Oleh sebab itu, pada bab analisis ini akan dijelaskan tentang perubahan hidup pada diri dan pribadi menjadi ke arah yang lebih *mindfulness* sesuai dengan perjalanan dan pengalaman yang telah dijalani oleh Mega Liyanti dan Junofah yang pernah mereka jelaskan pada kanal YouTube Pangkatenam.

Dalam analisis ini akan lebih diperjelas dengan hasil wawancara terhadap Mega Liyanti dan Junofah melalui DM (*Direct Message*). Di mana pengambilan keputusan untuk merubah diri atau pribadi menjadi ke arah yang lebih *mindfulness* dan tidak berbelanja dengan berlebihan tanpa memikirkan sebab akibat. Perubahan yang terjadi pada Mega Liyanti dan Junofah selaras dengan tiga tahap otentisitas diri Soren Kierkegaard untuk menjadi pribadi yang lebih otentik

---

<sup>3</sup> Uray Herlina, "Pendekatan Eksistensial dalam Praktik Bimbingan dan Konseling", *Indonesian Journal of Educational Counseling*, Vol. 3, No. 1 (2019), 2.

yaitu melalui tiga tahap wilayah eksistensi yang sudah dijelaskan pada bab sebelumnya adalah tahap estetis, tahap etis dan tahap religius.

Oleh karena itu, peneliti akan menganalisis mengenai perubahan diri atau pribadi melalui pengalaman pribadi yang terjadi pada Mega Liyanti dan Junofah tersebut di atas berdasarkan teori otentisitas diri Soren Kierkegaard yang terdiri dari tiga tahap yaitu sebagai berikut:

#### **A. Tahap Estetis**

Analisis dalam tahap perspektif otentisitas manusia yang pertama yaitu tahap estetis sendiri dapat digambarkan sebagai tindakan setiap individu yang tidak mempertimbangkan apakah perbuatan atau tindakan yang dilakukannya itu baik atau buruk. Akan tetapi, hanya mengandalkan perasaan saat itu dan hanya memikirkan tentang kepuasan serta kesenangan semata secara indrawi. Maka dari itu, setiap individu pada tahap ini tidak dapat berfikir secara jernih atas tindakannya itu sesuai dengan moral atau tidak. Hal ini dikarenakan semua tindakan yang dilakukan oleh setiap individu mengarah pada pemenuhan keinginan secara spontan dan langsung pada saat itu juga tanpa memikirkan sebab akibat.

Pengalaman yang terjadi pada tahapan estetis yang terjadi kepada Mega Liyanti dan Junofah yang menjadi narasumber dalam penelitian ini. Berikut adalah pengalaman pribadi dari Mega Liyanti dan Junofah dapat diketahui melalui kanal YouTube Pangkatenam pada video yang berjudul "Tobatnya Para *Shopaholic* Sampai Akhirnya Bisa Nabung" dan hasil wawancara yang dilakukan melalui DM (Direct Message) sebagai berikut:

“Kehidupan yang dijalani oleh Junofah sangat maksimalis dikarenakan membeli banyak pakaian dan makeup yang berlebihan sampai pada tahap konsumtif dan menjadikan hedon. Ternyata hal ini telah dijalani sejak masih usia belia, di mana ketika setelah pulang sekolah ataupun les saat merasa sedang ada masalah dan stress pelariannya yaitu pergi berbelanja dan berlanjut saat menjadi mahasiswa di Jerman.”<sup>4</sup>

Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara via DM (Direct Message) pada

Junofah :

“Sering beli barang diskon meskipun tidak butuh dengan alasan mungkin membutuhkan di masa depan. Kebiasaan belanja ini sudah lama dilakukan, sejak SD. Kemudian berlanjut ke Jerman, ketika Junofah sudah mempunyai uang sendiri.”<sup>5</sup>

Berbeda dengan Junofah, tahapan estetis pada Mega Liyanti dijelaskan sebagai berikut :

“Menjalani gaya hidup shopaholic berawal dari merantau dan tinggal di Jerman saat menjadi mahasiswa. Di mana, ia merasa berhak untuk membelanjakan uang sesuai keinginannya karena hasil kerjanya sendiri. Hal ini berbeda ketika masih di Indonesia dan tinggal bersama keluarga apapun yang akan di beli harus dengan persetujuan ibu. Selain itu, disebabkan indera mata sebagai pemicu yang membuatnya tergiur untuk membeli.”<sup>6</sup>

Dalam hasil wawancara pun Mega Liyanti mengatakan:“Bahwa ia mudah dalam tergoda dengan barang diskon serta alasan utamanya pakaian dengan merek mewah di Indonesia harganya di Jerman jauh lebih murah”.<sup>7</sup>

Tindakan dari Mega Liyanti dan Junofah termasuk perilaku konsumtif yang menjadikannya sebagai pelaku *shopaholic*. Dikarenakan Mega Liyanti dan Junofah pernah sampai ditahap yang sangat parah yaitu

<sup>4</sup> Penjelasan Junofah di Video Pada Kanal YouTube Pangkatenam, lihat <https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE>

<sup>5</sup> Yunika Nur Fahmi (Junofah), *Wawancara Via DM (Direct Message)*, 29 November 2022.

<sup>6</sup> Penjelasan Mega Liyanti di Video Pada Kanal YouTube Pangkatenam, lihat <https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE>

<sup>7</sup> Mega Liyanti Kurniawan, *Wawancara Via DM (Direct Message)*, 25 November 2022.

berbelanja hampir setiap saat tanpa pertimbangan yang matang dan berbelanja tanpa memikirkan kebutuhan hanya sebagai pemenuhan keinginan.

Pengalaman pribadi yang diceritakan oleh Mega Liyanti dan Junofah merupakan bukti bahwa kepribadian dan tindakannya jauh dari otentisitas diri. Dikarenakan kenyataan yang terjadi setelah melakukan belanja yang begitu berlebihan menimbulkan rasa penyesalan di kemudian hari. Hal ini tidak mencerminkan apa yang terjadi pada kenyataan secara visual dan secara batin. Jadi, Mega Liyanti dan Junofah belum sampai pada tahap otentisitas diri karena masih ada pertentangan dan kepalsuan antara batin dan visual. Di mana apa yang dijalankan membawa kebahagiaan pada visual tetapi membawa ketidaksenangan dalam batin.

## **B. Tahap Etis**

Analisis dalam tahap perspektif otentisitas manusia yang kedua yaitu tahap etis. Di mana, setiap individu telah menyadari untuk mulai memperhitungkan dan menggunakan perbuatan baik dan buruk dalam setiap tindakannya. Akhirnya individu mulai berpikir tentang nilai baik dan buruk bukan hanya menuruti hasrat keinginan semata.<sup>8</sup> Seseorang mulai berfikir untuk merubah kebiasaan buruknya menjadi ke arah yang lebih baik. Oleh karena itu, tingkat etis ini lebih tinggi daripada tingkat estetis dikarenakan ini adalah kemajuan akan pribadi seseorang yang

---

<sup>8</sup> Soren Kierkegaard, *The Present Age and of The Difference Between A Genius and Apostle*, terj. Alexander Dru (New York: Harper Tochookbooks, 1962), 43.

mampu melepaskan keinginannya untuk pemenuhan sementara atas kenikmatan indrawi.

Hal ini juga sesuai dengan pemikiran Gabriel Marcel, sebagaimana dikutip oleh Suhermanto, bahwa menjadi diri yang otentik dan menjalani kehidupan yang otentik tidak terjadi secara otomatis namun membutuhkan kesadaran diri. Kesadaran otentisitas diri ini menjadi bagian dari pertanyaan yang jujur, terrefleksi, sadar dan otonom terhadap posisi diri. Otentisitas manusia bagi Marcel berasal dari diri (aku) sebagai being atau makhluk.<sup>9</sup>

Hal ini membuat setiap individu memiliki tanggung jawab moral dan menghindari tahap estetis dan perlahan mengubah kebiasaan buruk tanpa paksaan, berharap tidak kembali ke tingkat estetis. Selanjutnya, akan dijelaskan tahap etis lanjutan dari pengalaman Mega Liyanti dan Junofah pada video kanal YouTube dan wawancara via DM (Direct Message).

Junofah menjelaskan kesadaran dari tindakannya pada tahap estetis melalui wawancara yaitu:

“Saat pindahan rumah ke tempat yang lebih kecil pada saat memindahkan pakaian ke almari ternyata baju yang dimiliki terlalu banyak dan membuat sangat penuh. Ini membuat Junofah menyadari gaya hidup shopaholic yang dialami adalah tindakan salah. Karena memiliki baju yang tidak dibutuhkan. Setelah itu, Junofah bertekad untuk merubah kebiasaan buruknya menjadi kearah lebih baik yaitu menjadi lebih mindfulness living”.<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Suhermanto Ja'far, “Eksistensi Manusia dalam Perspektif Metafisika dan Islam” (Disertasi--Program Pascasarjana UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2013), 173.

<sup>10</sup> Yunika Nur Fahmi (Junofah), *Wawancara Via DM (Direct Message)*, 29 November 2022.

Sedangkan pada video di kanal YouTube Pangkatenam Junofah mengatakan awal dari kesadarannya ini dikarenakan:

“Didukung karena Junofah juga mendengarkan ceramah-ceramah tentang apapun yang dimiliki seperti barang-barang sampai pakaian kelak akan dipertanggungjawabkan yaitu pernah dipakai untuk beribadah atau tidak. Junofah yang memiliki pakaian sangat banyak merasa untuk harus mengubah dengan membagikan pakaian yang dimiliki dan tidak terlalu dibutuhkan untuk hanya memiliki pakaian yang dibutuhkan saja. Perubahan yang terjadi pada Junofah ini datang berawal karena diri sendiri bukan paksaan dan termotivasi dari orang lain yang telah merubah ke arah yang lebih *mindfulness living*.”<sup>11</sup>

Lain halnya dengan Mega Liyanti, perubahan tahap estetis menuju tahap etis bermula yaitu:

“Saat dari ketika mau pindahan ternyata banyak barang yang jarang dipakai dan hampir tidak pernah dipakai sama sekali. Setelah itu, akhirnya sadar bahwa kebiasaan berbelanja sudah terlalu parah karena sampai menjadi pelaku *shopaholic*. Kemudian, Mega Liyanti mencoba untuk belajar menjadi lebih *mindfulness*. Perubahan ini berdampak positif pada Mega Liyanti yang membuatnya menjadi lebih hemat dan jadi berkurang kekacauan atau keruwetan dirumah.”<sup>12</sup>

Perubahan pada tahap etis oleh Mega Liyanti setelah merubah kebiasaan buruknya menjadi pelaku *shopaholic* sampai tahap perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

“Kehidupan sekarang yang dijalani oleh Mega Liyanti atas perubahan gaya hidup *shopaholic* ke *mindfulness living* adalah menerapkan jika ketika membeli barang atau pakaian akan dipikirkan dengan matang terlebih dahulu bukan hanya karena rasa kepuasan semata. Mega Liyanti juga dapat membelanjakan uang yang dimiliki untuk barang yang lebih bermanfaat yang mengandung investasi seperti untuk konten YouTube serta hal ini menjadikan lebih produktif.”<sup>13</sup>

<sup>11</sup> Penjelasan Junofah di Video Pada Kanal YouTube Pangkatenam, lihat <https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE>

<sup>12</sup> Mega Liyanti Kurniawan, *Wawancara Via DM (Direct Message)*, 25 November 2022.

<sup>13</sup> Penjelasan Mega Liyanti di Video Pada Kanal YouTube Pangkatenam, lihat <https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE>

Ketika manusia berhasil menemukan titik kesadaran akan keberadaannya maka secara otomatis akan berfikir lebih mendalam. Kesadaran setiap individu pada dirinya sendiri menunjukkan bahwa manusia terbuka untuk dirinya sendiri melalui realitas kehidupan yang dialaminya, entah itu dari pengalaman eksternal atau internal. Semua peristiwa yang dialami oleh setiap individu berada pada masa sekarang, yang lalu dan yang akan datang.<sup>14</sup> Setiap individu benar-benar terbuka pada dirinya sendiri, maka dari itu setiap individu akan sadar pada hal yang diluar dirinya.

Transformasi perubahan diri atau pribadi yang terjadi pada setiap individu ini pasti akan membawa perubahan ke arah yang lebih baik dan membuat kehidupan menjadi lebih tenang dan damai setelah merubah kebiasaan pada tahap estetis ke tahap etis, serta menjadikan setiap individu dapat mengambil keputusan sesuai moral baik dan secara lebih matang. Tahap etis ini merupakan awal dari setiap individu akan menjadi manusia yang otentik sesungguhnya.

### **C. Tahap Religius**

Analisis dalam tahap perspektif otentisitas manusia yang terakhir ini adalah tahap tertinggi yang dapat dicapai oleh setiap individu untuk dapat benar-benar terbebas dari nafsu dan hasrat keinginan yang sifatnya sementara. Untuk mewujudkan pemenuhan pada tahap religius, setiap individu tidak cukup hanya dengan menerapkan hukum moral dan

---

<sup>14</sup> Ja'far, "Eksistensi Manusia", 175.

menyadari baik atau buruk. Dikarenakan bagi Kierkegaard tahapan ini setiap individu dibentuk oleh pengenalan diri akan Tuhan dan kesadaran diri untuk benar-benar berubah ke arah yang baik dan meninggalkan kebiasaan buruk demi moralitas yang lebih baik.

Apabila setiap individu telah benar-benar sampai pada tahap religius, maka pada setiap tindakan akan selalu melibatkan Tuhan di dalamnya. Hal ini karena setiap individu menyadari bahwa Tuhan adalah kekuatan terbesar yang memiliki pengaruh besar dalam hidupnya.<sup>15</sup> Karena tahap religius merupakan tahap tertinggi pada setiap individu sebab selalu melibatkan Tuhan dalam setiap keputusan dan tindakan yang akan dilakukan.

Berikut adalah perubahan yang terjadi pada Mega Liyanti dan Junofah yang melibatkan Tuhan dalam perubahannya yang dijelaskan pada video di kanal YouTube Pangkatenam dan hasil wawancara via DM (*Direct Message*):

“Junofah menyadari bahwa gaya hidup shopaholic sampai tahap konsumtif yang dulu pernah dijalani adalah hanya kebahagiaan semu dan sementara. Akan tetapi, setelah menerapkan mindfulness living merasa lebih senang dan tenang. Selain itu juga membawa manfaat yaitu dapat mengurangi konsumsi belanja sehingga bisa menabung untuk masa depan, investasi, membuka usaha baru, mengetahui kebutuhan dan prioritas serta beberapa kegiatan produktif lainnya.”<sup>16</sup>

<sup>15</sup> Eugenita Garot, *Pergumulan Individu dan Kebatiniahan Menurut Soren Kierkegaard* (Jogyakarta: Kanisius, cet-1 2017), 47.

<sup>16</sup> Penjelasan Junofah di Video Pada Kanal YouTube Pangkatenam, lihat <https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE>

Sedangkan perubahan yang terjadi pada Mega Liyanti setelah merubah kebiasaan berbelanja dan menjadi lebih baik dalam membelanjakan uang yaitu:

“Mega Liyanti juga menyadari apa yang harus diprioritaskan dan benar-benar dibutuhkan. Mega Liyanti dan Junofah juga menjelaskan bahwa dengan menerapkan *mindfulness living* akan mendapatkan hasil yaitu konsumsi menurun dan uang jadi dapat lebih ditabung dan digunakan hal lain yang jauh lebih berguna.”<sup>17</sup>

Setelah menyadari tindakan salah tersebut, Mega Liyanti dan Junofah telah sampai pada tahap religius yaitu benar-benar meninggalkan hasrat atas pemenuhan keinginan untuk terus berbelanja. Perubahan yang telah sampai pada tahap *mindfulness living* ini dikarenakan kesadaran akan tindakan yang berlebihan dalam berbelanja yang tidak sesuai dengan kebutuhan. Alasan lainnya karena menyadari tindakan yang dilakukan dilarang pada ajaran agama Islam yaitu mengharuskan untuk membatasi memakai barang berlebihan, hanya boleh seperlunya sesuai dengan kebutuhan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat spiritualitas dalam diri Junofah semakin bertambah dibandingkan sebelumnya.

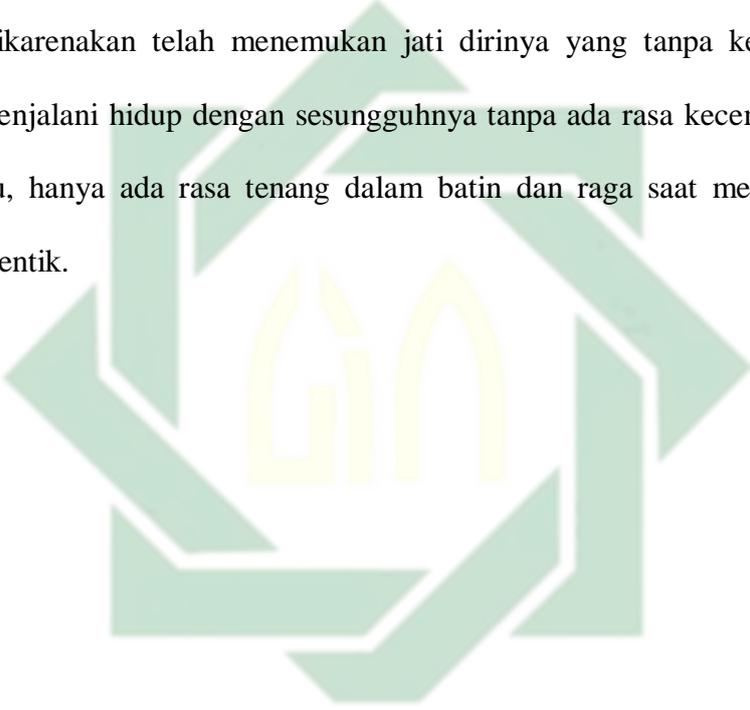
Penerapan dari *mindfulness living* ini untuk Mega Liyanti dan Junofah juga membutuhkan proses tidak instan dalam penyadaran diri terhadap paradigma perubahan perilaku. Sebab diperlukan *self control* untuk mengendalikan hasrat dan nafsu atas keinginan spontan. Kehidupan sekarang yang dijalani Mega Liyanti dan Junofah setelah perubahan diri dan menemukan keotentikan dirinya dari gaya hidup *shopaholic* sekarang

---

<sup>17</sup> Penjelasan Mega Liyanti di Video Pada Kanal YouTube Pangkatenam, lihat <https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE>

telah lebih *mindfulness living*, karena sudah berbelanja sesuai kebutuhan bukan keinginan semata.

Hal ini membuat Mega Liyanti dan Junofah benar-benar sudah berada di tahap tertinggi pada otentisitas diri Soren Kierkegaard yaitu tahap religius, serta membuat mereka telah menjadi individu yang otentik. Dikarenakan telah menemukan jati dirinya yang tanpa kepalsuan yaitu menjalani hidup dengan sesungguhnya tanpa ada rasa kecemasan. Setelah itu, hanya ada rasa tenang dalam batin dan raga saat menjadi manusia otentik.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil uraian pengumpulan data di atas dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

*Pertama*, gaya hidup *shopaholic* menjadi hal yang sering ditemukan pada diri setiap individu di era ini. Sikap yang ditunjukkan dari menjalani gaya hidup *shopaholic* adalah mencerminkan bentuk dari perilaku konsumtif, dikarenakan setiap individu dalam membelanjakan uangnya tanpa berfikir secara matang sesuai dengan kebutuhan atau tidak. Representasi gaya hidup *shopaholic* pada kanal YouTube Pangkatenam adalah Mega Liyanti dan Junofah saat tinggal bersama telah kecanduan belanja dan terjadi secara terus menerus. Perubahan terjadi saat tidak tinggal bersama yaitu merubah gaya hidup *shopaholic* menjadi lebih *mindfulness living*. Representasi Mega Liyanti dan Junofah dalam menerapkan *mindfulness living* yang dijelaskan pada video di kanal YouTube Pangkatenam adalah lebih berkesadaran ketika berbelanja sudah dengan pemikiran yang matang sesuai dengan kebutuhan bukan hanya keinginan semata.

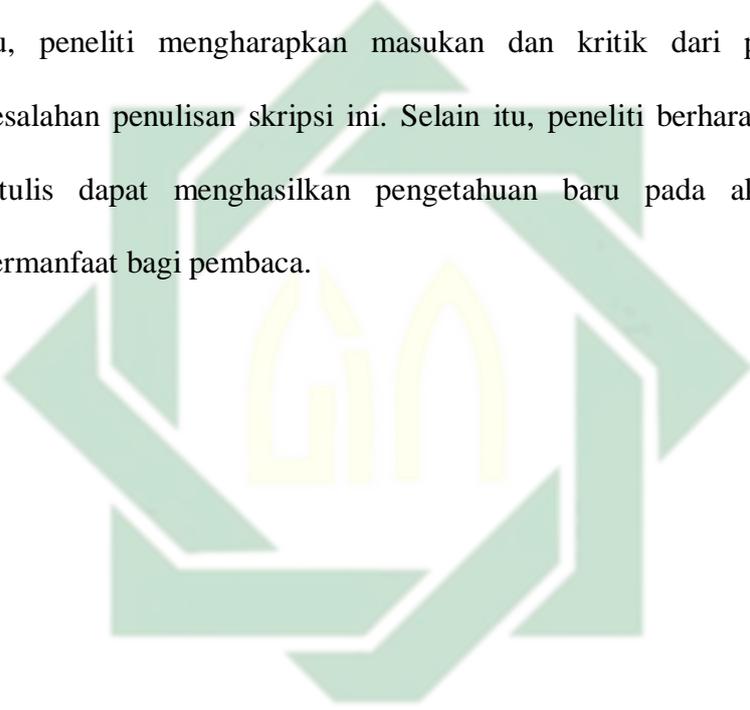
*Kedua*, perubahan diri atau pribadi telah terjadi pada proses perjalanan serta pengalaman dari Mega Liyanti dan Junofah yang dijelaskan pada video di kanal YouTube Pangkatenam sesuai dengan otentisitas manusia Soren Kierkegaard, ada tiga tahap menjadi diri yang otentik yaitu tahap

estetis, tahap etis dan tahap religius. Tahap estetis representasi perilaku dan tindakan dari Mega Liyanti dan Junofah yaitu memenuhi keinginan dan hasrat nya untuk terus berbelanja tanpa memikirkan baik dan buruknya. Tahap yang kedua yaitu tahap etis di mana, representasi perilaku dan tindakan dari Mega Liyanti dan Junofah yaitu mereka mulai tersadar karena secara perlahan meninggalkan gaya hidup *shopaholic* yang menjadi salah satu bentuk perilaku konsumtif.

Transformasi diri ini telah terjadi pada tahap kedua yang selanjutnya naik ke tahap yang lebih tinggi yaitu tahap ketiga, tahap religius representasi perilaku dan tindakan dari Mega Liyanti dan Junofah yaitu mulai tersadar dan benar-benar meninggalkan gaya hidup *shopaholic* dengan merubahnya menjadi lebih *mindfulness living*. Perubahan dan transformasi diri yang menjadi ke arah lebih *mindfulness living* membuat Mega Liyanti dan Junofah telah menjadi diri yang otentik, karena telah menemukan jati diri yang sesungguhnya. Dengan menampakkan apa yang benar-benar terjadi pada batin dan raga yaitu tanpa ada rasa keraguan dan kecemasan. Tidak ada kepura-puraan antara batin dan raga, antara keduanya telah selaras yaitu dengan menjalani *mindfulness living*. Mega Liyanti dan Junofah mengatakan perubahan diri ini membawa ketenangan dalma batin ataupun raga.

## B. Saran

Penulisan dalam penelitian dengan judul Representasi Gaya Hidup dari *Shopaholic* ke *Mindfulness Living* pada Kanal YouTube Pangkatenam masih jauh dari kata sempurna dan masih belum maksimal dalam penalaahan, penggalian data, pemaparan data, dan analisis. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan masukan dan kritik dari pembaca pada kesalahan penulisan skripsi ini. Selain itu, peneliti berharap skripsi yang ditulis dapat menghasilkan pengetahuan baru pada akademik yang bermanfaat bagi pembaca.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

### 1. Buku

- Ahmadi, Abu. *Sosiologi Pendidikan*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2007.
- Bamualin, Chaider S. dkk. *Kaum Muda Muslim Milenial: Konservatisme, Hibridasi Identitas, dan Tantangan Radikalisme*. CSRC: Jakarta, 2018.
- Barker, Chris. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*, terj. Nurhadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004.
- Bastian, Radis. *Kuliah, Kerja, Kaya!* Yogyakarta: Laksana, 2019.
- Curtis, Kenneth, dkk. *100 Peristiwa Penting dalam Sejarah Kristen*, terj. A. Rajendran. Jakarta; Gunung Mulia, 2007.
- Departemen Pendidikan. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 2002.
- Eford, Bradley T. *Teknik yang Harus Diketahui Setiap Konselor*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2016.
- Enterprise, Jubilee. *Jadi Youtuber (A-Z)*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2019.
- Ferinadewi, Erna. *Merk dan Psikologi Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Garot, Eugenita *Pergumulan Individu dan Kebatiniahan Menurut Soren Kierkegaard*, Cet. Ke-1. Jogyakarta: Kanisius, 2017.
- Hardiman, F. Budi. *Filsafat Kontemporer dari Machavelli sampai Nietzsche*. Jakarta: Gramedia, 2005.
- Kaufmann, Walter. *Nineteenth Century Philosophy* (New York: Library Loyola School of Theology, 1996.
- Kierkegaard, Soren. *The Present Age and of The Difference Between A Genius and Apostle*, terj. Alexander Dru. New York: Harper Tochbooks, 1962.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga, 2012.
- Lescoe, Francis J. *Existentialism: With or Without God*. New York: Alba House, 1974.

- Mayer, Frederick. *A History of Modern Philosophy*. California: University of Redlands, 1951.
- Media, Laksamana. *Youtube dan Google Video: Membuat, Mengedit, dan Upload Video*. Yogyakarta: MediaKom, 2009.
- Mufarizzaturrizkiyah, dkk. *E-Commerce Perilaku Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Muslim Survey pada Mahasiswa IAIN Syekh Nurjati Cirebon*. Cirebon: CV. Elsi Pro, 2020.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simiosa Rekatama Media, 2017.
- O'Hara, Shelley. *Kierkegaard Within Your Grasp*. Willy Publishing. Inc.: Canada, 2004.
- Piety, M.G. dan Edward F. Mooney, *Soren Kierkegaard: Repetition and Philosophical Crumbs*. United Kingdom: Oxford University Press Inc, 2009.
- Priana, Ronny Yudhi Septa. "Pemanfaatan Vlog Sebagai Media Pembelajaran Terintegrasi Teknologi Informasi". *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan FKIP UNTIRTA*, 2017.
- Rosandi, Andika Filona. "Perbedaan Perilaku Konsumtif Antara Mahasiswa Pria dan Wanita di Universitas Katolik Atma Jaya". Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Atma Jaya Jakarta, 2004.
- Scott, S.J. dan Barrie Davenport. *10-Minute Mindfulness 71 Habits for Living in the Present Moment*. Canada: Oldtown Publishing LLC, 2017.
- Setiadi, Nugroho J. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Kencana, 2008.
- Soedjatmiko, Haryanto. *Saya Berbelanja Maka Saya Ada: Ketika Komsumsi dan Desain Menjadi Gaya Hidup Konsumeris*. Yogyakarta: Jalasutra, 2008.
- Tjaya, Thomas Hidy. *Kierkegaard dan Pergulatan Menjadi Diri Sendiri*. KPG: Jakarta, 2004.
- Vardy, Peter. *Kierkegaard*, terj. Hardono Hadi. Yogyakarta: Kanisius, 2001.
- Woodhouse, Mark B. *Berfilsafat: Sebuah Langkah Awal*, Terj: Ahmad Norma Permata. Yogyakarta: Kanisius, 2011.
- Yusuf, Mukhammad. *Lihatlah Aku!* Jakarta: Gramedia, 2016.

## 2. Jurnal

- Arbaini, Nurul. "Gaya Hidup Shopaholic pada Mahasiswa", (Studi pada Mahasiswa Fisip Universitas Riau yang Kecanduan Berbelanja Pakaian). *Jom Fisip*, Vol. 4, No. 1, Februari 2017.
- Armawi, Armaidly. "Eksistensi Manusia dalam Filsafat Soren Kierkegaard". *Jurnal Filsafat*, Vol. 21, No. 1, April 2011.
- Herlina, Uray. "Pendekatan Eksistensial dalam Praktik Bimbingan dan Konseling". *Indonesian Journal of Educational Counseling*. Vol. 3, No. 1 (2019).
- Islamiyah, Achaddiana, dkk. "Pengaruh Psikoedukasi Mindfulness Singkat pada Kemampuan Regulasi Emosi Mahasiswa". *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, Vol. 8, No. 1, Januari 2020.
- Jati, Wasisto Raharjo. "Cyberspace, Internet, dan Ruang Publik Baru: Aktivisme Online Politik Kelas Menengah Indonesia". *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, Vol. 3, No. 1 (January 2016).
- Juitania dan I. Gede Adi Indrawan. "Dampak Penggunaan Konten Youtube terhadap Minat Belajar Bahasa Inggris Mahasiswa Universitas Pamulang". *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)*. Vol. 5, No. 1, Agustus, 2020.
- Perdana, Surya, dkk. "Motif dan Kepuasan Subscribers Menonton Video dalam Youtube Channel Londokampung". *Jurnal E-Komunikasi*. Vol. 6, No. 2, 2018.
- Siregar, Rizki. "Shopaholic Disorders". *Majalah Gogirl*, 2010.
- Wijaya, Suparana dan Eka Abid Mahatma. "Analisa Upaya Peningkatan Penerimaan Perpajakan Dari Penggalan Potensi Pajak Atas Penghasilan Youtuber". *Jurnal Manajemen Keuangan Publik*, Vol.1, No. 2, November 2017.
- Zinn, Jon Kabat. "Mindfulness for Beginners". *Journal of Collective Bargaining in the Academy*, Vol. 0, No. 10, 2015.

## 3. Skripsi

- Butarbutar, Sam Oliver. "Perbedaan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Yang Berkepribadian Introvert Dengan Mahasiswa Berkepribadian Ekstrovert". Skripsi, Fakultas Psikologi UGM, 2008.

Ja'far, Suhermanto. "Eksistensi Manusia dalam Perspektif Metafisika dan Islam". Disertasi, Progra'm Pascasarjana UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2013.

Warnoto. "Diri yang Otentik: Konsep Filsafat Eksistensialis Soren Kierkegaard". Skripsi, Fakultas Ushuluddin dan Filsafat UIN Syarif Hidayatullah, 2010.

Sari, Tiama Yustisi. "Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan *Body Image* pada Remaja Putri". Skripsi, Fakultas Psikologi UGM, 2009.

#### 4. Internet

<https://youtu.be/v0JZ3iaW6iE>

Yuris, Andre. "Berkenalan dengan Analisis Isi (Content Analysis)", <https://andreyuris.wordpress.com/2009/09/02/analisis-isi-content-analysis/> Diakses 16 Desember 2022.

#### 5. Wawancara

Fahmi, Yunika Nur. *Wawancara Via DM (Direct Message)*. 29 November 2022.

Kurniawan, Mega Liyanti. *Wawancara Via DM (Direct Message)*. 25 November 2022.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A