



PROSIDING SEMINAR NASIONAL PERKEMBANGAN BISNIS RITEL DAN TEKNOLOGI INFORMASI DI INDONESIA

**Hari, Tanggal;
Di Aula Lantai 4 Kampus
Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
Jl. Purnawarman 34-36 B Bandung**



Diselenggarakan Oleh
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
2015

Gaya Hidup Pengguna *Smartphone* pada Mahasiswa Universitas Telkom di Fakultas Rekayasa Industri Angkatan 2012

Nugraha Sugiarta ¹⁾, Donny Fero Savandry Sembiring ²⁾, Astri Septya Maulani ³⁾
Fakultas Komunikasi dan Desain, Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia
nugraha.sugiarta@unibi.ac.id ¹⁾, vandry_iik@yahoo.co.id ²⁾, astriseptya@unibi.ac.id, ³⁾

Abstrak

Smartphone saat ini telah menjadi fenomena, pengguna seakan memiliki dunianya sendiri, sampai-sampai mengabaikan orang disekitarnya, kemudahan bersosialisasi membuat kita terlihat semakin jauh dari lingkungan sosial khususnya lagi bagi anak muda. Fenomena yang terjadi pada anak muda dalam era modern seperti sekarang sangat dimanjakan oleh alat teknologi dalam berbagai aktivitas, di lingkungan akademisi seperti mahasiswa, *smartphone* memberikan berbagai kemudahan baik dalam terutama berkaitan dengan akademik maupun sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis gaya hidup pengguna *Smartphone* pada mahasiswa Universitas Telkom di Angkatan 2012 Fakultas Rekayasa Industri berdasarkan aspek aktivitas, minat, dan opini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif karena ingin menggambarkan bagaimana gambaran penggunaan *smartphone* pada mahasiswa Universitas Telkom di Angkatan 2012 Fakultas Rekayasa Industri, dengan jumlah sampel sebanyak 83 orang mahasiswa FRI. Analisis *statistic* dengan cara distribusi frekuensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya hidup pengguna *smartphone* berdasarkan dimensi aktivitas, minat, dan opini berada pada kriteria baik. Maka dapat dilihat bahwa *smartphone* mampu memberikan kemudahan bagi mahasiswa FRI untuk melakukan aktivitas seperti mencari informasi, berkomunikasi dan berteman di media sosial. Disarankan perlu adanya komunitas penggunaan *smartphone* di Kampus Telkom, agar dapat melakukan interaksi dan komunikasi untuk membina hubungan pertemanan dan menambah informasi.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Mahasiswa, dan *Smartphone*

Abstract

Today, Smartphone has become a phenomenon. The users feel like they have their own world, till they start to ignore the people around them. The ease of socializing makes us look further and further away from the social environment, especially for teenagers. The phenomenon which occurs in the most of teenagers in the modern era as it is now very spoiled by technology in many activities, such as students in the academic environment. A Smartphone provides various facilities both in primarily concerned with the academic and social. The purpose of this study is to determine and analyze lifestyle Smartphone users at Telkom University student at the Faculty of Industrial Engineering in academic year 2012, based on aspects of the activities, interests and opinions. This study uses a quantitative approach with descriptive methods in order to illustrate how the use of Smartphone in Telkom University student at the Faculty of Industrial Engineering in academic year 2012, with total samples of 83 FRI's students. The statistical analysis is by using frequency distribution. The results of this study showed the lifestyle of the Smartphone's users based on the dimension of the activities, interests and opinions are in good criteria. It can be seen that the Smartphone is able to provide facilities for FRI's students to conduct the activities such as searching information, communicating and making friends in social media. Base on this study is suggested the community of Smartphone's users in the Telkom University, in order to make the interaction and communication to foster friendships and get information.

Keywords: Lifestyle, Students, and *Smartphone*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi telah melalui perubahan yang cukup signifikan dari tiap generasi. Terbukti dengan banyaknya bermunculan perangkat telekomunikasi dengan teknologi *high class*. Kemunculan teknologi telekomunikasi yang *high class* ini juga di dorong oleh kebutuhan manusia untuk menghadapi ruwetnya berbagai masalah yang dihadapi dan diselesaikan dalam waktu cepat dan singkat (Wildan, 2012:1).

Dari sekian banyaknya alat telekomunikasi yang kita ketahui, mungkin teleponlah yang paling banyak menguasai kehidupan masyarakat saat ini, terutama telepon genggam. Mulai dari kalangan petani, mahasiswa, pejabat dan lainnya menggunakan telepon genggam. Disamping hemat, mudah dan murah juga dapat memperkecil resiko bagi pemakainya. Terlebih lagi saat ini masyarakat kita dikejutkan dengan hadirnya *smartphone* atau telepon pintar. *Smartphone* merupakan inovasi dari teknologi *handphone* yang memiliki berbagai kelebihan untuk membantu aktivitas sehari-hari.

Menurut Oxford Dictionaries Online (2014) *Smartphone* adalah ponsel yang mampu melakukan banyak fungsi dari sebuah komputer. Biasanya memiliki layar yang relative besar dan sistem operasi mampu menjalankan aplikasi yang umum digunakan.

Smartphone ini merupakan telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, terkadang dengan fungsi yang menyerupai komputer. Tentunya banyak sekali fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh *smartphone* sehingga saat ini banyak sekali peminatnya. *Smartphone* atau ponsel cerdas saat ini sedang menjadi fenomena yang sangat dahsyat pada beberapa tahun belakangan ini, banyak sekali sekarang yang menawarkan beberapa jenis *smartphone*. Kini semua perusahaan manufaktur elektronik berlomba-lomba membuat gadget

yang dapat memenuhi permintaan pasar yang ada di Indonesia.

Dulu sebuah *handphone* hanya bisa di gunakan untuk SMS ataupun menelepon, atau untuk jenis *handphone* tertentu bisa juga untuk mengakses data, namun pada saat ini sebuah *smartphone* mempunyai fungsi yang hampir sama dengan laptop atau PC. Ada beberapa jenis *smartphone* yang mungkin sudah sangat akrab di telinga kita, yaitu seperti *Blackberry*, *Android os* dan juga *iPhone*. Masyarakat banyak yang beralih menggunakan *smartphone* (terutama masyarakat modern perkotaan) karena menurut mereka lebih mudah dan tidak membuang-buang waktu mereka untuk berdiam diri lama di depan sebuah laptop atau PC untuk mencari maupun mengirim data.

Berdasarkan hasil riset yang dilakukan *Yahoo* dan *Mindshare* mengenai pengguna *smartphone* di Indonesia pada pertengahan tahun 2013 mengemukakan bahwa terdapat 41 juta orang di Indonesia yang memiliki *smartphone*. Segmen anak muda masih menjadi basis kuat perangkat pintar ini. Sebanyak 39%, alias terbesar dalam survey, pengguna adalah anak muda di kisaran usia 16 sampai 21 tahun. Head of Insight *Yahoo!* India dan Asia Tenggara David Jeffs mengatakan bahwa hal itu wajar mengingat anak muda adalah segmen yang amat adaptif terhadap teknologi baru. Pasar *smartphone* ini di Indonesia dikuasai oleh mereka yang berusia belum mencapai 30 tahun.

Terlepas dari itu *smartphone* juga memiliki nilai prestise bagi sebagian penggunanya. Tampilan desain dan layar yang berbeda dengan ponsel lain pada umumnya membuat *Smartphone* terlihat lebih elegan dan futuristik sehingga mampu menarik minat masyarakat untuk memilikinya. Tidak dipungkiri unsur seni yang melekat pada diri *smartphone* memberikan nilai lebih tersendiri, yang pada akhirnya ikut mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap produk tersebut. Sebagian orang menganggap *smartphone* sebagai alat penunjang penampilan mereka

agar terlihat lebih bergaya dan modis. Namun, tidak sedikit juga yang sekedar ikut-ikutan agar tidak ditinggalkan teman-temannya. Dengan kata lain mereka mengikuti tren tersebut selain untuk mengikuti perkembangan juga bertujuan untuk bergaya (Jumrati, 2003:4).

Dalam hal ini, gaya hidup berkembang menjadi masing-masing dimensi yaitu aktivitas, minat, dan opini. Dapat disebutkan bahwa gaya hidup (lifestyle) secara luas dapat didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas), apa yang mereka anggap penting (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat) (Setiadi,2010:77). Gaya hidup sebagai aspek terluas dari lingkungan makro dan terdapat dalam faktor pribadi (personal) perilaku konsumen tentunya memiliki pengaruh yang kuat pada perilaku seseorang.

Seperti halnya kehadiran *smartphone* yang membuat orang berlomba-lomba untuk memiliki dan menggunakannya. Namun, banyak juga sisi positif dan manfaat dari *smartphone*, tapi itu pun bagi mereka yang benar-benar paham dan mengerti bagaimana menggunakan dan mengfungsikannya. Bagi sebagian orang *smartphone* tampak seperti candu yang benar-benar sudah bercampur dengan darah dan daging mereka. Jika tidak ada *smartphone* sepertinya hidup mereka kosong, hampa seperti hidup sendiri. Karena *smartphone* sudah menjadi bagian dari keseharian hidup mereka, dari mulai bangun tidur di pagi hari sampai saat akan memejamkan mata di malam hari semua tidak lepas dari *smartphone*.

Pada akhirnya secara tidak sadar, sebagian orang tersebut mundur beberapa langkah dari komunitas sosial di lingkungan tempat mereka berada. Mereka mulai tidak peduli dengan lingkungan sekitar mereka saat mereka sedang asyik dengan *smartphone*-nya. Duduk diam 1-2 jam di satu tempat dengan *smartphone* di tangan, asyik sendiri dengan sesekali tertawa dan terkadang kesal sendiri, dan mengumpat di

hadapan *smartphone* yang ada di tangannya itu. Hal ini melahirkan sebuah ironi dimana fungsi teknologi itu sendiri sebagai sarana “mendekatkan yang jauh” malah menjadi sebaliknya, yakni “menjauhkan yang dekat”. Bahkan mengucilkan penggunaannya dalam lingkungan sosial mereka sendiri.

Fenomena lain, khususnya dampak positif dikalangan mahasiswa sendiri, aktivitas yang mereka lakukan dengan *smartphone* telah mempermudah mereka dalam *browsing* mencari Informasi yang mereka butuhkan ataupun berkomunikasi, dengan adanya layanan tersebut mereka dapat bertukar informasi ataupun melakukan berbagi informasi secara cepat dan mudah, tidak hanya itu saja, *Smartphone* juga dapat membantu mahasiswa dalam hal melakukan searching informasi melalui via Google, berkirim tugas melalui Email, mendownload beberapa file dalam berbagai bentuk format file dan mendownload buku, music, film serta video. Namun demikian, dampak negative bagi kalangan mahasiswa adalah ketika sedang kuliah terdapat beberapa mahasiswa yang asik bermain *smartphone*, terkadang mereka berkirim pesan dengan temannya, bermain game ataupun ber-*selfie*.

Hanya pengguna itu sendiri yang mengetahui *smartphone* mana yang dianggap memberikan kontribusi yang paling besar bagi pemuasan kebutuhannya. *smartphone* yang lebih bisa memberi kepuasan kepada pengguna yang cenderung dipilih. Uraian diatas menjelaskan bahwa penelitian ini cenderung melihat pengguna yang aktif dalam upaya memenuhi kebutuhannya melalui penggunaan *smartphone*. Motif-motif tertentu yang ada dalam diri mereka menimbulkan sikap selektif terhadap *smartphone* yang akan digunakannya. Media *smartphone* yang menurut pandangan atau keyakinan mereka paling menarik dan sesuai dengan kebutuhan mereka dan kepuasan yang diperoleh setelah menggunakan *smartphone* tersebut.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka dapat pertanyaan penelitian adalah:

1. Sejauhmana gaya hidup pengguna *Smartphone* pada mahasiswa Universitas telkom di Angkatan 2012 Fakultas Rekayasa Industri?
2. Sejauhmana aktivitas pengguna *Smartphone* pada mahasiswa Universitas telkom di Angkatan 2012 Fakultas Rekayasa Industri?
3. Sejauhmana minat pengguna *Smartphone* pada mahasiswa Universitas telkom di Angkatan 2012 Fakultas Rekayasa Industri?
4. Sejauhmana opini pengguna *Smartphone* pada mahasiswa Universitas telkom di Angkatan 2012 Fakultas Rekayasa Industri?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui

1. Gambaran gaya hidup pengguna *Smartphone* pada mahasiswa Universitas telkom di Angkatan 2012 Fakultas Rekayasa Industri..
2. Gambaran aktivitas pengguna *Smartphone* pada mahasiswa Universitas telkom di Angkatan 2012 Fakultas Rekayasa Industri.
3. Gambaran minat pengguna *Smartphone* pada mahasiswa Universitas telkom di Angkatan 2012 Fakultas Rekayasa Industri.
4. Gambaran opini pengguna *Smartphone* pada mahasiswa Universitas telkom di Angkatan 2012 Fakultas Rekayasa Industri.

1.4 Kerangka Pemikiran

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah mengenai gaya hidup. Mendeskripsikan tentang gaya hidup. Definisi Gaya hidup menurut David Chaney ialah “Gaya hidup adalah pola-pola tindakan

dalam membedakan antara satu dengan yang lain. Gaya hidup adalah bentuk identitas kolektif yang berkembang seiring waktu. Gaya hidup berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami”. (David Chaney,2004:13)

Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Menurut Assel (1984:252), gaya hidup adalah “A mode of living that is identified by how people spend their time (activities), what they consider important in their environment (interest), and what they think of themselves and the world around them (opinions)” atau dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini). Sedangkan menurut Minor dan Mowen (2002: 282), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu.

Salah satu produk yang saat ini sering digunakan oleh seseorang dan selalu diganti-ganti produknya adalah *Smartphone*. Tentunya banyak sekali fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh *smartphone* sehingga memiliki banyak peminat, ini pengguna *smartphone* sudah meluas ke kalangan mahasiswa dan pelajar. Masyarakat banyak yang menjadikan *smartphone* dan segala macam *gadget* canggih di zaman sekarang sebagai bagian dari gaya hidup mereka.

Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Menurut Assel (1984 : 252), gaya hidup adalah “A mode of living that is identified by how people spend their time (activities), what they consider important in their environment (interest), and what they think of themselves and the world around them (opinions)”. Secara umum dapat diartikan sebagai:

Aktivitas. Suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya. Dalam hal

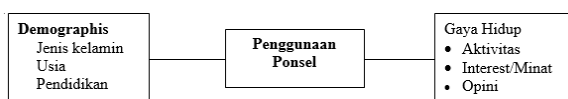
aktivitas, banyak mahasiswa menggunakan *smartphone* terutama untuk menghabiskan waktunya dengan gadget tersebut. Hasil observasi pada mahasiswa FRI Universitas Telkom diketahui hampir semua mahasiswa menggunakan *smartphone* baik pada saat kuliah ataupun tidak sedang kuliah.

Minat, apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan. Dalam hal minat, banyak mahasiswa menggunakan *smartphone* untuk kepentingan pribadi, akademis, ataupun hubungan sosial.

Opini, apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar. Dalam hal opini, dengan menggunakan *smartphone* mahasiswa merasa lebih mudah untuk melakukan aktivitas sehari-harinya.

Gaya hidup mencerminkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi dengan lingkungan. Dari uraian diatas dapat dikatakan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam menggunakan produk. Faktor-faktor utama pembentuk gaya hidup dapat dibagi salah satunya adalah demographis.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat dibuatkan dalam model paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 1.1 model kerangka penelitian

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pengertian Smartphone

Salah satu hasil kecanggihan teknologi komunikasi sekarang adalah Smartphone. Jika kita kembali kebelakang melihat sejarahnya bahwa Smartphone adalah perkembangan daripada Telepon seluler (ponsel) atau yang bisa kita sebut Handphone (HP). Smartphone adalah suatu perangkat komunikasi yang telah dibangun didalamnya suatu sistem operasi mobile yang memiliki kemampuan lebih dalam bidang komputasi dan koneksi dibandingkan

perangkat komunikasi pada umumnya. Seperti layaknya computer smartphone selalu bekerja berdasarkan sistem operasi (operating system) antara lain Android, iOS, Windows Mobile, Linux, Blackberry OS, Symbian dan lain-lain yang berfungsi untuk menjalankan aplikasi di dalamnya (Agoeng noegroho 2010:12). Pada smartphone seperti pada perangkat komputer atau PC Keberadaan smartphone sebagai perangkat gerak memungkinkan penggunaannya untuk tetap terhubung melalui fasilitas telepon maupun data internet secara bersamaan, inilah yang membedakannya dengan telepon biasa. Fenomena smartphone merupakan buah dari perkembangan teknologi dan informatika yang semakin masif. Smartphone disebut cerdas karena ponsel ini mempunyai kemampuan tinggi dalam pengoperasannya. Bahkan pada masa modern seperti ini suatu smartphone memiliki fungsi touchscreen beresolusi tinggi hingga fungsi untuk mengakses data dengan kecepatan tinggi yang disediakan oleh layanan Wi-Fi ataupun mobile broadband. Smartphone pertama kali dikenalkan oleh IBM di tahun 1992 dengan nama Simon. Perangkat ini berisi kalkulator, memori komputer, email, games, notepad, dan faksimile. Kemudian disusul dengan kemunculan BlackBerry dan smartphone jenis lainnya. Smartphone memang telah memenuhi fungsi komunikasi. Pada awalnya, smartphone merupakan gabungan fungsi dari suatu mobile phone mobile phone yang umumnya digunakan untuk melakukan proses komunikasi, dengan suatu PDA (Personal Digital Assistant) yang digunakan sebagai asisten pribadi dan organizer. Lama kelamaan sesuai dengan kebutuhan konsumen yang ada, smartphone ini berkembang dengan menambahkan berbagai macam fitur, seperti portable media players, digital camera bahkan hingga fitur navigasi GPS (Global Positioning System).

2.2 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan yang dapat berupa pesan informasi, ide, emosi, keterampilan dan sebagainya melalui simbol atau lambang yang dapat menimbulkan efek berupa tingkah laku yang dilakukan dengan media-media tertentu. Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “sama”. Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering dipakai sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata lain yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2005:41). Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain, baik dalam kehidupan sehari-hari di rumah tangga, ditempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau dimana saja manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Secara sederhana dalam proses komunikasi yang terjadi adalah bermuara pada usaha untuk mendapatkan kesamaan makna atau pemahaman pada subjek yang melakukan komunikasi tersebut.

2.3 Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi merupakan perangkat keras dalam sebuah struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi dengan individu lainnya yang data diimplementasikan dalam suatu alat. Teknologi komunikasi berkembang cepat dengan meningkatnya perkembangan teknologi elektronika, sistem transmisi sehingga suatu informasi dapat disampaikan dengan cepat dan tepat. Sebagai manusia, makhluk yang mengisi bumi, maka tidak seorangpun yang tidak terlibat dalam proses itu. Penemuan-penemuan dalam bidang elektronika komunikasi pada gilirannya

berdampak sangat luas dalam bidang komunikasi khususnya interaksi, relasi maupun komunikasi antar pribadi. Usaha-usaha manusia untuk mengubah cara-cara berkomunikasi – selain melalui penemuan teknologi komunikasi pun sebenarnya telah dilakukan sejak lama (Liliweri, 1991:63). Teknologi komunikasi adalah suatu penerapan ilmu pengetahuan untuk memecahkan masalah-masalah yang berkaitan dengan komunikasi. Rogers dalam (Lubis, 2005: 42), mendefinisikan teknologi komunikasi sebagai “alat pengangkut keras, struktur organisasi dan nilai-nilai sosial yang digunakan untuk mengumpulkan, memproses, dan mempertukarkan informasi dengan orang lain”. Perkembangan teknologi komunikasi dewasa ini berlangsung demikian pesatnya sehingga para ahli menyebut gejala ini sebagai suatu revolusi. Sekalipun kemajuan tersebut masih dalam perjalanannya, sejak sekarang sudah dapat diperkirakan terjadinya perubahan dibidang komunikasi maupun bidang-bidang lain yang berhubungan, sebagai implikasi dari perkembangan yang dimaksud. Perubahan-perubahan yang kelak terjadi, terutama disebabkan berbagai kemampuan dan potensi teknologi komunikasi tersebut, yang memungkinkan manusia untuk saling berhubungan dan memenuhi kebutuhan komunikasi mereka secara hampir tidak terbatas.

2.4 Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi merupakan dorongan keadaan dalam diri seseorang dan perannya dalam lingkungannya. Dimana seseorang menyadari bahwa pengetahuan yang ia miliki masih kurang sehingga ada keinginan untuk memenuhi kebutuhan informasi. Informasi digunakan untuk menambah pengetahuan mengenai lingkungan sekitar dari berbagai aspek seperti tugas-tugas pribadi sesuai dengan pekerjaan, pendidikan, hiburan dan untuk pengambilan keputusan bisnis. Wilbur Schramm (1977: 13) mendefinisikan informasi sebagai segala sesuatu “yang

mengurangi ketidakpastian atau mengurangi jumlah kemungkinan alternatif dalam situasi”. Informasi menjadi kebutuhan manusia yang esensial untuk mencapai tujuan. Melalui informasi, manusia dapat mengetahui peristiwa yang terjadi di sekitarnya, memperluas cakrawala pengetahuan, dan mengaplikasikannya dalam kehidupan sehari-hari.

Di era globalisasi, informasi telah menjadi kebutuhan utama dalam kehidupan manusia. Kebutuhan informasi yaitu pengakuan seseorang atas adanya ketidakpastian dalam dirinya. Rasa ketidakpastian ini mendorong seseorang untuk mencari informasi. Banyaknya informasi yang beredar saat ini dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat, yang dikenal sebagai masyarakat informasi, dimana pada masyarakat ini standar hidup, bentuk pekerjaan dan sistem pendidikan dipengaruhi oleh informasi. Satu hal yang menonjol pada masyarakat informasi ini adalah adanya kesadaran tentang pentingnya informasi dalam kehidupan sehari-hari, dan kemampuan untuk memperoleh, mengevaluasi dan menggunakannya untuk tujuan-tujuan tertentu yang lebih luas. Ciri ini disebut melek informasi atau *information literacy*.

2.5 Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan pola hidup seseorang yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapatnya dalam membelanjakan uang dan mengalokasikan waktunya. Ada beberapa faktor yang membentuk gaya hidup yaitu secara demografis dan psikografis. Faktor demografis misalnya pendidikan, usia, penghasilan. Sedangkan psikografis meliputi karakteristik seseorang.

Gaya hidup menurut Kotler (2002:192) adalah pola hidup seseorang di dunia yang mengekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan

seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Menurut Assael, gaya hidup adalah “*A mode of living that is identified by how people spend their time (activities), what they consider important in their environment (interest), and what they think of themselves and the world around them (opinions)*”. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini). Sedangkan menurut Minor dan Mowen (2002:282), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu.

2.6 Gaya Hidup AIO (Activity, Interest, Opinion)

Motivasi yang muncul dari dalam diri seseorang dapat berasal dari atribut internal dan eksternal. Atribut internal yang dimaksud adalah nilai diri atau psikografis sedangkan atribut eksternal dapat berupa kelompok referensi, informasi tentang produk, budaya dan sebagainya. Psikografis pelanggan sering disebut analisis gaya hidup karena ditinjau dari dua dimensi yaitu konsep diri dan gaya hidup. Penelitian psikografis selalu berdasarkan AIO (Activities, interest and opinion) atau kegiatan, minat dan pendapat pelanggan

2.7 Penggunaan Smartphone di Dunia Pendidikan

Manfaat *smartphone* bagi dunia pendidikan wajib di ketahui bersama dan terpenting khusus mahasiswa dalam mendukung kegiatan belajar dan belajar di Indonesia. Manfaat *smartphone* bagi dunia pendidikan antara lain:

1. Memperluas Wawasan dan Ilmu pengetahuan: Memperluas Wawasan dan Ilmu Pengetahuan karena dengan menggunakan *smartphone*, mahasiswa

- dengan mudah mengakses internet melalui *smartphone* untuk mencari tugas atau materi perkuliahan.
2. Sebagai sumber tambahan perkuliahan yang belum di mengerti di Kampus.
 3. Sebagai Sarana Komunikasi: Sarana Komunikasi dan bertukar Informasi dengan teman di Internet melalui *smartphone* untuk menambah wawasan.
 4. Keberadaan *smartphone* mempermudah atau mempercepat suatu pekerjaan.
 5. Dalam hal pergaulan, *smartphone* juga punya peranan yang sangat besar. Banyaknya forum dan jejaring sosial saat ini yang bisa membantu siapa saja untuk menambah pergaulan. Ini juga merupakan salah satu manfaat *smartphone* di kalangan mahasiswa (agoeng noegroho,2010:28)

3. Metodologi Penelitian

Obyek penelitian atau yang sering disebut sebagai unit pengamatan adalah sesuatu yang menghasilkan karakteristik – karakteristik atau sifat- sifat yang akan menjadi perhatian penelitian. Oleh karena itu sehubungan dengan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran gaya hidup pengguna *Smartphone* pada mahasiswa Universitas Telkom di Angkatan 2012 Fakultas Rekayasa Industri

Atas pertimbangan tujuan penelitian, maka penelitian ini bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh gambaran yang terjadi dilapangan sesuai dengan fakta dan data yang tersedia. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *descriptive survey* (Sugiono, 2010:29).

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada dimensi aktivitas memiliki persentase terbesar yaitu 75.54% kemudian diikuti oleh dimensi minat sebesar 76.08% dan dimensi oini sebesar 76.02%. Besarnya persentase dimensi aktivitas tersebut mendapatkan kontribusi dari indikator

unsure kegiatan penggunaan (79.16%), aplikasi yang digunakan (77.23%), waktu penggunaan (75.06%), dan frekuensi penggunaan (74.70%). Dimensi aktivitas pada penggunaan *smartphone* jelas terbukti bahwa *smartphone* sangat membantu mereka dalam kegiatannya baik yang bersifat akademis maupun non akademis. Mereka menggunakan *smartphone* untuk mencari berbagai sumber melalui *online* ataupun hanya untuk mencari teman di media sosial.

Penggunaan *smartphone* dapat memberikan kemudahan bagi mahasiswa FRI Universitas Telkom yaitu sebagai sarana akses informasi yang mereka butuhkan secara *up to date* terutama informasi mengenai perkuliahan dan berbagai jenis informasi yang dibutuhkan bagi para mahasiswa. *Smartphone* memudahkan mahasiswa untuk mengakses materi perkuliahan secara *online*.. Oleh karena itu Internet memang mempunyai pengaruh yang sangat kuat bagi para mahasiswa untuk dapat mengakses berbagai informasi melalui *smartphone* khususnya materi perkuliahan. Penggunaan *smartphone*, dimana *smartphone* dan internet merupakan suatu komponen utama yang saling terintegrasi. Oleh karena itu Internet memang mempunyai pengaruh yang sangat kuat bagi para mahasiswa untuk dapat mengakses berbagai informasi melalui *smartphone* dalam hal mencari pengetahuan dengan cara *men-download* jurnal-jurnal penelitian ataupun mencari sumber-sumber pustaka melalui *goggle.com*. penggunaan *smartphone* dimana hampir semua mahasiswa FRI Universitas Telkom menggunakan media tersebut, setidaknya terdapat adanya suatu komunitas penggunaan *smartphone* di wilayah FRI, agar dapat melakukan interaksi dan komunikasi secara *global* dan juga dapat menambah hubungan pertemanan dan menambah berbagai informasi yang didapatkan dari komunitas tersebut

Selain itu, perihal aplikasi dari *smartphone* sangat berbeda dengan ponsel, *smartphone* lebih banyak aplikasinya dan

cepat memperoleh informasi dimanapun dan kapanpun. Sedangkan telepon seluler biasa hanya dapat melakukan aktifitas telepon dan SMS. penggunaan *smartphone* dikalangan mahasiswa FRI Universitas Telkom begitu besar, setidaknya banyak mahasiswa FRI menggunakan *smartphone* tersebut untuk kepentingan komunitasnya atau individu. Hal ini ditunjukkan dari begitu banyaknya pengguna *smartphone* mengakses sosial media seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan *path*, sehingga, sehingga banyak informasi mengenai kegiatan FRI dapat langsung diketahui oleh para mahasiswa. *Smartphone* didalamnya terdapat berbagai fitur dan aplikasi yang dapat diakses untuk menggali informasi.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa FRI Universitas Telkom tentang gaya hidup pengguna *smartphone* serta hasil pengolahan data dari responden yang terdiri dari 83 mahasiswa, maka penulis menarik kesimpulan menyeluruh untuk penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Gaya hidup pengguna *smartphone* berdasarkan dimensi aktivitas berada pada kriteria baik, hal ini berarti bahwa tanggapan mahasiswa FRI Universitas Telkom sudah berjalan dengan baik. Hal ini terlihat dari indikator dimensi aktivitas seperti: waktu penggunaan, unsur kegiatan penggunaan, frekuensi penggunaan, dan aplikasi yang digunakan berada pada kriteria baik, namun demikian pada dimensi waktu penggunaan, masih ada beberapa mahasiswa yang menggunakan *smartphone* pada saat perkuliahan. indikator unsur kegiatan penggunaan memiliki skor terbesar 657 dan skor terendah indikator frekuensi penggunaan 620.
2. Gaya hidup pengguna *smartphone* berdasarkan dimensi minat berada pada kriteria baik, hal ini berarti bahwa tanggapan mahasiswa FRI Universitas

Telkom sudah berjalan dengan baik. Hal ini terlihat dari indikator dimensi minat seperti: kesesuaian pengguna, gaya, dan kepercayaan diri. Indikator kesesuaian pengguna memiliki skor terbesar 944 dan skor terendah indikator gaya 628.

3. Gaya hidup pengguna *smartphone* berdasarkan dimensi opini berada pada kriteria baik, hal ini berarti bahwa tanggapan mahasiswa FRI Universitas Telkom sudah berjalan dengan baik. Hal ini terlihat dari indikator dimensi opini seperti: Kecanggihan *smartphone*, Layanan *smartphone*, dan Fungsi utama *smartphone*. indikator fungsi utama *smartphone* memiliki skor terbesar 1869 dan skor terendah indikator layanan *smartphone* 619.
4. Gaya hidup pengguna *smartphone* berdasarkan keseluruhan dimensi berada pada kriteria baik. Hal ini terlihat dari indikator dimensi aktivitas, minat, dan opini berada pada kriteria baik. Dimensi opini memiliki skor terbesar 3155 dan dimensi aktivitas 2541 memiliki skor terendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Irwan. 2006. *Konstruksi dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ancok, Djameludin, 1989. *Teknik Skala Penyusunan Pengukur*. Pusat penelitian kependudukan UGM Yogyakarta.
- Azwar, Saifudin. (2003). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chaney, David. 2011. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: JalasutraCangara,
- Hafied. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

- Demby, Emanuel H,(1994), "Psychographics Revisited: The Birth of a Technique Marketing Research,6 (Spring),26-29.
- Effendy, Onong Uchjana, 2003, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*.Bandung PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchyana, 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Herwanto, 2002. *Chatting Sebagai Ruang Publik dalam Internet: Studi Mengenai Proses Transformasi Ruang Publik*.Skripsi Jurusan Antropologi Budaya UGM.
- Jumrati, 2003. *Penggunaan Handphone Dikalangan Mahasiswi*. Studi Kasus: Makna Handphone Bagi Empat Mahasiswi di Yogyakarta.Skripsi Jurusan Antropologi Budaya UGM.
- Kinchaid,D.L dan Wilbur Schramm, 1977. *Asas-asas komunikasi antar manusia*. Jakarta: LP3ES.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta. Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevlin L.Keller (2012). *Marketing Management 14th Ed*.New Jersey. USA.Pears on Prentice Hall.
- Kinchaid,D.L dan Wilbur Schramm, 1977. *Asas-asa komunikasi antar manusia*. Jakarta: LP3ES.
- Liliwari, 1991, *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*, Bandung, P.T. Citra Aditya Bakti.
- Lubis, Lusiana Andriana. 2005. *Pengantar Komunikasi Lintas Budaya*. Medan : FISIP USU.
- Lutfi Parmuarip, 2011. *Alasan Penggunaan Smartphone di Kalangan Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung*. Jurusan Teknik Komputer dan Informatikan Polban.
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Consumer Behavior, atau Perilaku Konsumen*, terj. Lina Salim, Jakarta: Erlangga.
- Muhammad, Arni, 2007. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Bumi Aksara
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.