

(Studi Kuantitatif Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya)

SKRIPSI

Diajukan Kepada Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S. Sos.) Dalam Bidang Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

Fauziatur Rifda R P U S T A K A A N NIM B06207091 SUNAN AMPEL SURABAYA

No. KLAS 0.2011 055

No. REG

: D.2011/KOM/053

TANGGAL

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

FAKULTAS DAKWAH

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2011

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Fauziatur Rifda ini telah dipertahankan di depan

Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 11 Juli 2011

Mengesahkan

Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel

Fakultas Dakwah

Dekan

Dr. H. Aswadi, M. Ag.

NIP. 19600412 199403 1 001 W

Ketua.

Moch. Choiru Arif, S.Ag, M.Fil.I

NIP. 197/1017 199803 1 001

Sekretaris,

Rahmad Harianto, S. IP.

NIP. 19780509 200710 1 004

Penguji I,

Ali Nurdin, S. Ag., M. Si.

NIP. 19710602 199803 1 001

Penguji II,

Drs. Yoyon Mudjiono, M.Si

NIP. 19540907 198203 1 003

ABSTRAK

Fauziatur Rifda, B06207091, 2011. Pengaruh Fitur Handphone Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa (Studi Kuantitatif Pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya)

Kata Kunci: Fitur Handphone, Gaya Hidup

Handphone merupakan salah satu alat komunikasi. Berbagai macam fitur yang tersedia pada handphone secara tidak langsung dapat mempengaruhi gaya hidup. Gaya hidup masyarakat yang hedonis membuat seseorang tidak lagi memandang obyek secara fungsional, melainkan secara simbolik. Untuk melihat hal tersebut, perlu dilakukan analisa mendalam tentang faktor-faktor apa sajakah yang mempengaruhi gaya hidup seseorang.

Sesuai dengan latar belakang masalah yang kami angkat, maka dalam penelitian ini ada dua rumusan masalah yang akan dibahas oleh penulis dalam skripsi ini. Yang pertama, adakah pengaruh fitur handphone terhadap gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah. Kedua, faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah yang memiliki handphone berfitur. Untuk menjawab dua persoalan diatas maka penelitian ini menggunakan pendekatan deskripsi kuantitatif dengan jenis penelitian survey.

Hasil penelitian dan analisis menunjukkan bahwa pertama, fitur handphone berperan (berpengaruh) terhadap gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi sebanyak 35.5% variable X (fitur handphone). Kedua, terdapat factor lain yang mempengaruhi gaya hidup mahasiswa yakni factor internal meliputi sikap dan motif, serta factor eksternal meliputi kelompok referensi dan kelas social. Dari penelitian ini, terdapat rekomendasi yang dapat dijadikan pertimbangan bagi peneliti lain jika akan melakukan penelitian sejenis.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	X
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR GRAFIK	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang masalah	
B. Rumusan masalah	
C. Tujuan Penelitian	
D. Manfaat Penelitian	
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	
F. Definisi Operasional	
G. Kerangka Teori dan Hipotesis	8
H. Metode Penelitian	
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	
2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian	
3. Teknik sampling	
4. Variabel dan indikator variabel	
5. Teknik Pengumpulan Data	
6. Teknik Analisis Data	
I. Sistematika Pembahasan	14
BAB II : KAJIAN TEORITIS	
A. Kajian Pustaka	
1. Teknologi Handphone	
a. Sejarah Handphone	15
b. Perkembangan Teknologi Handphone	
Gaya hidup dan Budaya Konsumsi	1/
a. Gaya Hidup	20
b. Budaya	
c. Budaya Konsumsi	
d. Konsumerisme	

В.	Kajian Teori
	1. Teori Tanda Baudrillard33
	2. Kerangka Teori36
BAB I	II : PENYAJIAN DATA
Α.	Subyek dan Lokasi Penelitian
	1. Deskripsi Subyek Penelitian37
	2. Lokasi Penelitian41
B.	Deskripsi Data Penelitian51
BAB 1	IV : ANALISIS DATA
A.	Pengujian Hipotesis72
В.	Pembahasan Hasil Penelitian79
BAB V	/I : PENUTUP
A.	Kesimpulan81
B.	Rekomendasi
Daftar	Pustaka
Angke	t Jala
Kuesio	ner
Lampin	ran-lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1: Rincian Jumlah Responden Tiap Semester	11
Tabel 3.1 : Data Sebaran 128 Responden Menurut Identitasnya	38
Tabel 3.2 : Scoring Jawaban Variabel X	55
Table 3.3: Total Scoring Jawaban Variabel X	56
Tabel 3.4 : Scoring Jawaban Variabel Y	57
Table 3.5 : Total Scoring Jawaban Variabel Y	58
Tabel 3.6: Pendalaman Jawaban Responden Variabel Y	66
Tabel 4.1 : Descriptive Statistics	72
Tabel 4.2 : Correlations	73
Tabel 4.3 : Variables Entered/Removed(b)	74
Tabel 4.4 : Model Summary(b)	74
Tabel 4.5 : Interpretasi Nilai Autokorelasi	75
Tabel 4.6: ANOVA(b)	75
Tabel 4.7 : Coefficients(a)	76
Tabel 4.8: Residuals Statistics(a)	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 : Jumlah Responden Menurut Semester	. 38
Gambar 3.2 : Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin	. 39
Gambar 3.3 : Data Responden Menurut Usia	. 40

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1: Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual	tandardized Residual	Standardiz	of Regression	P-P Plot	· Normal	rafik 4.1	G
---	----------------------	------------	---------------	----------	----------	-----------	---

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini teknologi handphone semakin berkembang. Handphone yang fungsi awalnya hanya sebagai media komunikasi, kini bertambah fungsinya, yakni sebagai "teman hiburan". Handphone sekarang telah dilengkapi dengan berbagai macam fitur, seperti kamera, radio, pemutar lagu, games, situs-situs sosial seperti Facebook dan Twitter, bahkan ada handphone yang menyediakan fitur Microsoft Word di dalamnya. Dengan fitur handphone yang lengkap seperti itu, seseorang bisa lebih mudah melakukan berbagai aktifitas seperti mendengarkan berita, mendengarkan musik, update status di Facebook, nge-game, bahkan menyimpan file di dalam handphone. Karena alasan itulah mengapa sekarang ini handphone dengan fitur lengkap banyak diminati masyarakat, khususnya kaum mahasiswa.

Keberadaan handphone dengan fitur lengkap membuat handphone mulai menjadi kebutuhan pokok yang tak bisa ditinggalkan. Bahkan bisa dibilang ada sesuatu yang kurang tanpa handphone. Pernah suatu ketika, sewaktu saya mengikuti ujian suatu mata kuliah, saya melihat teman yang menggunakan situs web di handphone-nya untuk mencari jawaban dari soal yang diujikan. Bahkan biasanya, mahasiswa tersebut menggunakan situs web di handphone-nya untuk mencari materi sebagai bahan diskusi kelas. Ada juga mahasiswa lain yang tiap mata kuliah sibuk sendiri dengan handphone-nya, yang ternyata sedang asyik ber-facebook ria. Yang lebih lucunya lagi, ada

teman saya yang ke toilet saja harus membawa handphone, tujuannya agar bisa mendengarkan musik sembari di toilet.

Handphone dengan fitur lengkap membuat harga handphone tersebut semakin tinggi. Awalnya handphone diperuntukkan bagi orang-orang high class atau mahasiswa dengan penghasilan orang tuanya diatas rata-rata. Hanya mereka yang bisa memiliki handphone semacam ini. Pada contoh kasus Blackberry misalnya. Harga yang ditawarkan sangat mahal. Hanya mahasiswa dengan kelas atas yang mampu memilikinya. Namun sekarang muncul produk-produk setipe namun dengan harga lebih murah seperti Nexian, K-Touch, Cross-X, dan lain-lain yang harganya jauh lebih murah. Mahasiswa dengan uang saku yang minim lebih memilih tipe aspal (asli tapi palsu) ini. Karena selain harganya lebih murah, mereka juga tetap bisa bergaya.

Sebenarnya. ketika kita mengkonsumsi sebuah objek, maka kita sedang memakai tanda dalam proses membatasi diri kita terhadap perilaku maupun dalam interaksi sosial. Dan objek menghasilkan "person". Maksudnya dengan mengkonsumsi sebuah objek, maka setiap konsumen akan mencari tempatnya dalam tatanan sosial dan membentuk stratifikasi sosial. Ketika seorang mahasiswa memakai Blackberry, nilai tanda objek dari Blackberry menyampaikan pesan melalui kode yang melekat pada Blackberry yang mengatakan bahwa penggunanya berstatus sosial yang tinggi, sehingga terdapat suatu kebanggaan dalam penggunaan objek Blackberry. Berbeda dengan mahasiswa yang menggunakan produk aspal (asli tapi palsu). Mereka

¹ Maulanakurnia, "Jean P. Baudrillard Masyarakat Konsumsi Dan Mcdonaldisasi" dalam http://fisip.uns.ac.id/blog/maulanakurnia/2010/11/01/jean-p-baudrillard-masyarakat-konsumsidan-mcdonaldisasi/

menggunakan berbagai cara seperti memasangkan *silicon* handphone pada produk aspal mereka untuk memanipulasi kode objek demi mendapatkan nilai tanda yang sama. Menurut Baudrillard, yang dikonsumsi bukan lagi *use* atau *exchange value*, melainkan *symbolic value*.² Maksudnya orang tidak lagi mengkonsumsi objek berdasarkan karena kegunaan atau nilai tukarnya, melainkan karena nilai simbolis yang sifatnya abstrak dan terkonstruksi.

Handphone yang telah dibentuk sedemikian rupa oleh perusahaan pada hakikatnya merupakan umpan yang diberikan oleh perusahaan untuk memancing masyarakat agar semakin konsumtif yang akhirnya dapat mengakibatkan terjadinya ledakan kebutuhan (exploding demand), berupa hasrat berlebihan untuk memiliki barang yang sebenarnya tidak esensial.³ Upaya inovasi produk handphone yang dipakai oleh perusahaan secara langsung atau tidak langsung dapat merubah gaya hidup konsumennya. Setiap produk handphone baru yang diluncurkan ke pasaran seakan mengajak konsumennya untuk memperbarui citra dirinya. Dalam sistem masyarakat saat ini, simbol dan citra memang semakin mengalahkan kenyataan. Penampakan lebih penting dari esensi. Citra mampu mengubah objek yang fungsinya sama menjadi berbeda. Citra membedakan satu objek bisa bernilai tinggi dibanding yang lainnya. Citra juga yang membuat orang rela berkorban lebih besar untuk konsumsi sebuah benda yang tidak signifikan fungsinya.

Gaya hidup seseorang bisa dilihat dari apa yang dikonsumsinya, entah itu berupa barang ataupun jasa. Gaya hidup juga dihubungkan dengan status

² "Posmodernisme dan Budaya Konsumen" dalam http://undip.ac id

³ Idi Subandi Ibrahim (ed), *Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia* (Yogyakarta: Jala Sutra, 1997), hlm.162.

kelas sosial ekonomi. Hal tersebut karena pola-pola konsumsi dalam gaya hidup seseorang melibatkan dimensi simbolik, tidak hanya berkenaan dengan kebutuhan hidup yang mendasar secara biologis. Simbolisasi dalam konsumsi masyarakat modern saat ini mengkonstruksi identitasnya, sehingga gaya hidup bisa mencitrakan keberadaan seseorang pada suatu status sosial tertentu. Jadi pilihan barang dan jasa yang dikonsumsi sebenarnya hanyalah simbol dari status sosial tertentu. Begitu juga dengan pola pergaulan. Bagaimana, dengan siapa dan dimana seseorang bergaul juga menjadi simbol bahwa dirinya adalah bagian dari kelompok sosial tertentu.

B. Rumusan Masalah

- 1. Adakah pengaruh fitur handphone terhadap gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah? Jika ada, sejauh mana fitur handphone berpengaruh terhadap gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah?
- 2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah yang memiliki handphone berfitur?

C. Tujuan Penelitian

- Untuk mengetahui dan mendeskripsikan pengaruh fitur handphone terhadap gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah.
- Untuk mengidentifikasi dan mendeskripsikan faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah yang memiliki handphone berfitur.

5

D. Manfaat penelitian

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah bahan kajian

dalam pengembangan disiplin ilmu, terutama ilmu komunikasi dalam hal

ini tentang penelitian kuantitatif dan dapat menjadi bahan referensi

penelitian sejenis.

2. Secara Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi mahasiswa

prodi Ilmu Komunikasi serta memberikan wawasan berpikir yang

menjelaskan bahwa adanya fitur handphone sangat berperan terhadap

gaya hidup mereka.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

1. Judul : Handphone Bagi Kehidupan Remaja⁴

Penulis: Sandy Tias

Mahasiswa Universitas Negeri Bangka Belitung

Fakultas Pertanian Perikanan dan Biologi

Prodi Perikanan

Jenis : Artikel

Artikel ini membicarakan tentang bagaimana perilaku remaja

dalam menggunakan handphone. Hasil analisis menjelaskan bahwa

⁴ Sandi Tias, "handphone bagi kehidupan remaja" dalam

http://www.ubb.ac.id/menulengkap.php?judul=Handphone%20bagi%20Kehidupan%20Remaja&

&nomorurut artikel=373

6

handphone dapat berdampak positif dan negatif bagi remaja. Dampak

positif seperti mempermudah komunikasi, menambah pengetahuan tentang

perkembangan teknologi, dan memperluas jaringan persahabatan.

Sedangkan dampak negatifnya seperti menganggu perkembangan anak.

dapat mempengaruhi sikap dan perilaku, dan pemborosan. Dalam artikel

ini juga dijelaskan bahwa beberapa orang mengaku ketergantungannya

pada ponsel telah mencapai taraf yang tinggi. Kehadiran ponsel telah

mengubah pola hidup manusia. Ponsel menjadi pemeran penting yang

membentuk gaya hidup seseorang dan juga masyarakat.

2. Judul : Gaya Hidup Konsumerisme Dalam Penyelenggaraan Pesta

Penikahan Masyarakat Desa Ngingas Kecamatan Waru Kabupaten

Sidoarjo.

Peneliti

: M. Muttaqin

Mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya

Fakultas Dakwah

Program Studi Sosiologi Tahun 2006

Jenis

: Skripsi

Ada dua persoalan yang di kaji dalam skripsi ini. Yang pertama

seperti apa gaya hidup konsumerisme dalam pesta pernikahan masyarakat

Desa Ngingas Kecamatan Waru Kabupaten Sidoarjo. Kedua, apakah

faktor-faktor yang menimbulkan gaya hidup konsumerisme dalam

penyelenggaraan pesta pernikahan masyarakat Desa Ngingas Kecamatan

Waru Kabupaten Sidoarjo. Dalam mengungkap persoalan tersebut ssecara

menyeluruh dan mendalam, peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa pertama gaya hidup konsumerisme dalam penyelenggaraan pesta pernikahan diwujudkan dalam bentuk pesta yang mewah yang ditampilkan dengan model kuadi yang besar dan indah, suguhan atau bingkisan yang berupa sembako dan hiburan berupa gambus atau orkes. Kedua, faktor-faktor yang melatarbelakangi gaya hidup konsumerisme dalam penyelenggaraan pesta yaitu adanya tingkat ekonomi masyarakat yang tinggi dan karena kebiasaan-kebiasaan dalam penyelengaraan pesta pernikahan yang mewah di Desa Ngingas.

F. Definisi Operasional

• Fitur Handphone

Fitur adalah sejenis teknologi atau identik dengan kemajuan teknologi. Teknologi misalnya komputer dengan software seperti Firefox atau Google Chrome bisa mengakses internet untuk mendapatkan informasi apapun juga, mendownload lagu mp3, download video dan convert video.⁵ Sedangkan handphone berasal dari bahasa inggris yang berarti telepon genggam. Telepon genggam adalah telepon dengan antena tanpa kabel yang dapat dibawa kemana-mana. ⁶

Definisi fitur handphone yang saya maksud adalah fasilitas software yang terdapat dalam telepon genggam seperti Short Messages

⁵ http://bloginformasiteknologi.blogspot.com/2009/07/fitur-itu-apa-ya.html

⁶ Tim Penyusun Kamus, Kamus Besar Bahasa Indonesia (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm.1162

Service (SMS), kamera, radio FM, MP3, koneksi internet (GPRS dan Web).

Gaya Hidup

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia di dalam masyarakat.⁷ Menurut Sutisna, Gaya hidup merupakan cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang mereka sendiri dan juga dunia sekitarnya.⁸ Sedangkan gaya hidup yang saya maksud disini adalah tampilan perilaku yang dilakukan oleh Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi semester II, IV, dan VI di Fakultas Dakwah dalam menggunakan fitur-fitur yang terdapat pada handphone mereka.

G. Kerangka Teori dan Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunajan teori tanda. Teori tanda dikemukakan oleh Jean P Baudrillard. Teori ini menyatakan bahwa ketika seseorang mengkonsumsi sebuah objek yang dikonsumsi bukan lagi *use* atau *exchange value*, melainkan *symbolic value*. Maksudnya orang tidak lagi mengkonsumsi objek berdasarkan karena kegunaan atau nilai tukarnya, melainkan karena nilai simbolis yang sifatnya abstrak dan terkonstruksi. Objek-objek konsumsi telah berubah menjadi serangkaian kode-kode mirip seperti bahasa. Objek konsumsi saat ini mereprentasikan tanda yang menunjuk pada status sosial

⁷ Ibid., hlm.340

Sutisna, Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran (Bandung: PT Rosda Karya, 2002), hlm 145

masyarakat yang disusun secara hierarkis. Objek konsumsi tak memilki nilai guna dan nilai tukar tetapi yang ada adalah nilai tanda.

Dalam konteks sekarang, orang cenderung memilih barang/jasa bukan karena barang/jasa tersebut memiliki nilai guna dan nilai tukar tetapi karena barang/jasa tersebut memiliki nilai tanda, tanda yang merepresentasikan gaya hidup. Pembelian semacam ini lazim disebut sebagai lifestyle shoping (belanja gaya hidup). Ambil saja contoh, dua buah mobil, BMW dan Daihatsu. Orang akan membeli BMW walau jauh lebih mahal karena dalam BMW terlekat tanda yang menunjuk pada prestise gaya hidup kelas sosial tertentu. Meski antara BMW dan Daihatsu memiliki nilai guna yang sama.

Hipotesis:

Ha: Ada pengaruh fitur handphone terhadap gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah.

Ho: Tidak ada pengaruh fitur handphone terhadap gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskripsi kuantitatif, ialah penelitian yang menyajikan hasil penelitiannya dalam bentuk deskripsi statistik.9 angka-angka Sedangkan dengan menggunakan penelitiannya menggunakan jenis penelitian survei, ialah penelitian yang

⁹ Ibnu Hadjar, Dasar-Dasar Metodologi penelitian kuantitatif dalam pendidikan (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1996), hlm. 30

mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data yang pokok.¹⁰

2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian

Subyek penelitian: Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi semester II, IV, dan VI.

Obyek penelitian: Teknologi komunikasi dan gaya hidup

Lokasi penelitian : Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya

3. Teknik Sampling (populasi dan sampel)

- Populasi ialah keseluruhan obyek penelitian.¹¹ Populasi dalam penelitian ini ialah Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi dengan jumlah 189 orang. Jumlah populasi ini merupakan hasil penjaringan berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan peneliti. Kriteria tersebut antara lain: (a) Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi, (b) Mahasiswa lakilaki dan perempuan, (c) Mahasiswa memiliki handphone berfitur standart, yakni fasilitas untuk short message service (SMS), kamera digital, radio FM, MP3, dan fasilitas koneksi internet.
- Sampel ialah wakil dari populasi yang diteliti.¹² Jenis sampel dalam penelitian ini adalah sampel nonprobabilitas dengan teknik purposive sampling (sampling purposif), teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset

¹⁰ Masri Singarimbun, Metode Penelitian Survei (Jakarta: LP3S, 1989), hlm.3

Suharsini Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktik (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2006), hlm.130

¹² Ibid., hlm.131

berdasarkan tujuan riset.¹³ Dengan pertimbangan itulah peneliti berkeyakinan sampel yang digunakan akan menggambarkan populasi. Karena itu, dalam menentukan ukuran sampel peneliti menggunakan **rumus Slovin.**

dengan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kelonggaran tingkat ketelitian karena kesalahan pengambilan.

Dari sampel yang diperoleh diatas, dapat dirincikan sebagai berikut:

Table 2.1
Rincian Jumlah Responden Tiap Semester

Semester	Populasi	Sampel
II	65	44
IV	61	41
VI	63	43
Jumlah	189	128

¹³ Rahmat Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran (Jakarta: kencana, 2008), hlm.156

4. Variabel dan Indikator Variabel

• Variabel bebas (X): Fitur Handphone

Indikator variabel:

- ✓ Short Message Service (SMS)
- ✓ Kamera
- ✓ Radio FM
- ✓ MP3
- ✓ Koneksi Internet
- Variabel terikat (Y): Gaya Hidup

Indikator variabel:

- ✓ Kebiasaan SMS-an
- ✓ Mendengarkan radio menggunakan headset
- ✓ Menggunakan kamera untuk memotret
- ✓ Mendengarkan MP3 menggunakan headset
- ✓ Facebook-an
- ✓ Browsing

5. Teknik Pengumpulan Data

Merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh data dari orang-orang yang ditetapkan sebagai sampel. 14 Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan:

 Angket, dilakukan untuk mengumpulkan data dengan memberikan pertanyaan tertulis kepada responden. Angket yang digunakan dalam penelitian ini berformat tertutup.

-

¹⁴ Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial* (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1999), hlm. 65

13

Observasi, dilakukan untuk mengidentifikasi fakta dan indikator

variabel terkait penelitian.

Studi Pustaka, dilakukan melalui penelusuran pada literatur yang

menunjang penelitian seperti buku maupun artikel yang terkait dengan

masalah yang akan diteliti.

6. Teknik Analisis Data

Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini menggunakan skala guttman. Skala pengukuran

sikap yang menghendaki jawaban tegas yaitu ya - tidak atau pernah -

tidak pernah. Untuk memperdalam jawaban yang diberikan responden.

pada angket ini disediakan ruang bagi peneliti untuk menggali setiap

alasan yang diberikan responden ketika menjawab pilihan ya - tidak.

Untuk skala penilaian ini setiap jawaban "Ya" bernilai 2, dan setiap

jawaban "Tidak" bernilai 1.

Model analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah

Regresi Linier Sederhana (multiple regression analysis). Model ini

dipilih untuk mengetahui pengaruh variabel terikat dengan variable

bebasnya serta mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X)

terhadap variabel terikat (Y). Rumus yang digunakan sebagai berikut :

Y = a + bX

Ket: Y: gaya hidup

a,b: koefisien regresi

X: fitur handphone

- Cara pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu :
 - Editing, yaitu data yang telah dikumpulkan dilakukan pemilahanpemilahan untuk menjaga validitas, reliabilitas dan akurasinya.
 - Coding dan Scoring, yaitu dari data yang telah diedit tersebut dilakukan pemberian kode dan skor sesuai dengan klasifikasi data yang telah ditentukan
 - Entry data, yakni dari data yang telah diedit serta diberi kode dan skor tersebut dientry dengan menggunakan analisis statistik.

I. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini dibagi dalam lima bab yang terdiri dari bab pendahuluan, kajian teoritis, penyajian data, analisis data, penutup. Yang selanjutnya akan peneliti uraikan sebagai berikut:

- BAB I berisi tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Hasil Penelitian Terdahulu, Definisi Operasional, Kerangka Teori dan Hipotesis, dan Metode penelitian.
- BAB II berisi tentang Kajian Pustaka dan Kajian Teori
- BAB III berisi tentang Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian, dan Deskripsi Data Penelitian.
- BAB IV berisi tentang Pengujian Hipotesis dan Pembahasan Hasil Penelitian.
- BAB V berisi tentang Simpulan dan Rekomendasi.

BAB II

KAJIAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka

1. Teknologi Handphone

a. Sejarah Handphone

Handphone atau biasa kita sebut dengan telepon seluler merupakan perangkat telekomunikasi elektronik yang mempunyai kemampuan dasar yang sama dengan telepon konvensional saluran tetap, tetapi handphone bisa dibawa kemana-mana dan tidak perlu disambungkan dengan jaringan telepon menggunakan kabel. Seperti halnya dengan perangkat elektronik yang lain, handphone memiliki sejarah tersendiri.

Handphone atau telepon seluler pertama kali di temukan pada tahun 1973 oleh Martin Cooper. Dia adalah seorang karyawan perusahaan Motorola. Walaupun banyak disebut-sebut penemu handphone adalah sebuah tim dari salah satu divisi Motorola (divisi Cooper bekerja), namun ide membuat sebuah alat komunikasi yang kecil dan bisa dibawa kemana mana secara fleksibel adalah berasal dari pikiran Cooper.

Dalam perkembangannya, Amos E Joel Jr, menemukan sistem penyambung (switching) ponsel dari satu wilayah sel ke wilayah sel

¹⁵ Aulia Rahman, "Berkat Mereka Kita Dapat Menggunakan Handphone" dalam http://6arra.wordpress.com/2010/07/14/berkat-mereka-kita-dapat-menggunakan-handphone/

yang lain. Switching ini harus bekerja ketika pengguna ponsel bergerak atau berpindah dari satu sel ke sel lain sehingga pembicaraan tidak terputus. Jaringan handphone menggunakan antena lokal untuk mengirim dan menerima signal di dalam wilayah sempit yang disebut sel. Untuk satu jaringan dibutuhkan banyak antena lokal. Ketika seorang pemanggil menggunakan handphone-nya, sinyal gelombang mikro dikirim ke antena terdekat yang menghubungkan pemanggil dengan jaringannya. Sinyal regular dari telepon seluler pemanggil tersebut akan terbaca oleh komputer pusat sehingga dapat mengetahui darimana asal panggilan tersebut. Karena penemuan Amos inilah kemudian handphone berkembang seperti sekarang ini.

Setelah memproduksi handphone, tim Cooper menghadapi tantangan terbesar yakni mengadaptasi infrastruktur untuk mendukung panggilan handphone. Mereka ingin menciptakan jaringan dengan hanya membutuhkan 3 MHz spektrum, setara dengan lima channel TV yang tersalur ke seluruh dunia. Cooper dan timnya berharap bahwa suatu hari setiap orang bisa memiliki handset mereka sendiri. Akhirnya handset pertama dilahirkannya di tahun yang sama yakni tahun 1973, dengan bantuan tim Motorola dengan berat dua kilogram.

Pada awalnya ponsel secara resmi dibuat untuk menolong dokter dan staf rumah sakit dalam meningkatkan komunikasi mereka. Cooper berharap perangkat ini akan membantu keamanan dan kebebasan bagi orang-orang, tetapi ternyata implikasi sosial yang muncul melebihi

¹⁶ Riskiono Slamet, dkk (ed), Ensiklopedia IPTEK: Ensiklopedia Sains Untuk Pelajar dan Umum Jilid 5 (Jakarta: Lentera Abadi, 2007), hlm.415

pemahaman Cooper. Generasi baru yang disebut sebagai ponsel pintar telah merevolusi industri ponsel mobile. Handphone yang awalnya sekedar berfungsi untuk alat komunikasi, kini teknologinya telah terisi dengan berbagai macam fitur seperti pemutar lagu, kamera, koneksi internet, bahkan situs-situs jejaring sosial seperti facebook dan twitter.

b. Perkembangan Teknologi Handphone

Perkembangan teknologi handphone dibagi kedalam beberapa generasi, diantaranya:¹⁷

1) Generasi 0; Handie-talkie SCR536

Tahun 1940, Galvin Manufactory Corporation (sekarang Motorola) mengembangkan portable Handie-talkie SCR536, yang merupakan sebuah alat komunikasi di medan perang saat perang dunia II. Setelah mengeluarkan SCR536, kemudian pada tahun 1943 Galvin Manufactory Corporation mengeluarkan kembali partable FM radio dua arah pertama yang diberi nama SCR300 dengan model backpack untuk tentara U.S. Alat ini memiliki berat sekitar 35 pon dan dapat bekerja secara efektif dalam jarak operasi 10 sampai 20 mil.

Sistem telepon seluler 0-G masih menggunakan sebuah sistem radio VHF untuk menghubungkan telepon secara langsung pada PSTN landline. Kelemahan sistem ini adalah masalah pada jaringan kongesti yang kemudian memunculkan usaha-usaha untuk

¹⁷ Pipitsetyowinanto, "Jenis-Jenis Handphone "dalam http://pipitsetyowinanto.wordpress.com/2010/08/01/perkembangan/

mengganti sistem ini. Generasi 0 diakhiri dengan penemuan konsep modern oleh insinyur-insinyur dari Bell Labs pada tahun 1947. Mereka menemukan konsep penggunaan telepon hexagonal sebagai dasar telepon seluler. Namun, konsep ini baru dikembangkan pada 1960-an.

2) Generasi I; Telepon seluler generasi 1G

Telepon seluler generasi pertama disebut juga 1G. 1-G merupakan telepon seluler pertama yang sebenarnya. Tahun 1973, Martin Cooper dari Motorola Corp menemukan telepon seluler pertama dan diperkenalkan kepada public pada 3 April 1973. Telepon seluler yang ditemukan oleh Cooper memiliki berat 30 ons atau sekitar 800 gram. Penemuan inilah yang telah merubah dunia selamanya. Teknologi yang digunakan 1-G masih bersifat analog dan dikenal dengan istilah AMPS (Advance Mobile Phone System). AMPS menggunakan frekuensi antara 825 Mhz- 894 Mhz dan dioperasikan pada Band 800 Mhz. Karena bersifat analog, maka sistem yang digunakan masih bersifat regional. Salah satu kekurangan generasi 1-G adalah karena ukurannya yang terlalu besar untuk dipegang oleh tangan. Ukuran yang besar ini dikarenakan keperluan tenaga dan performa baterai yang kurang baik. Selain itu generasi 1-G masih memiliki masalah dengan mobilitas pengguna. Pada saat melakukan panggilan, mobilitas pengguna terbatas pada jangkauan area telepon seluler.

3) Generasi II; Telepon seluler tahun 1996

Generasi kedua atau 2-G muncul pada sekitar tahun 1990-an. 2G di Amerika sudah menggunakan teknologi CDMA (Code Devision Multiple Access), sedangkan di Eropa menggunakan teknologi GSM (Global System for Mobile telekomunication). Pada generasi 2G sinyal analog sudah diganti dengan sinyal digital. Penggunaan sinyal digital memperlengkapi telepon seluler dengan pesan suara, panggilan tunggu, dan SMS. Telepon seluler pada generasi ini juga memiliki ukuran yang lebih kecil dan lebih ringan karena penggunaan teknologi *chip digital*. Ukuran yang lebih kecil juga dikarenakan kebutuhan tenaga baterai yang lebih kecil. Keunggulan dari generasi 2G adalah ukuran dan berat yang lebih kecil serta sinyal radio yang lebih rendah, sehingga mengurangi efek radiasi yang membayakan pengguna.

4) Generasi III; Ponsel 3-G

Generasi ini disebut juga 3G yang memungkinkan operator jaringan untuk memberi pengguna mereka jangkauan yang lebih luas, termasuk internet sebaik video call berteknologi tinggi. Dalam 3G terdapat 3 standar untuk dunia telekomunikasi yaitu Enhance Datarates for GSM Evolution (EDGE), Wideband-CDMA, dan CDMA 2000. Kelemahan dari generasi 3G ini adalah biaya yang relatif lebih tinggi, dan kurangnya cakupan jaringan karena masih barunya teknologi ini.

5) Generasi IV

Generasi ini disebut juga Fourt Generation (4G). 4G merupakan sistem telepon seluler yang menawarkan pendekatan baru dan solusi infrastruktur yang mengintegrasikan teknologi wireless yang telah ada termasuk wireless broadband (WiBro), 802.16e, CDMA, wireless LAN, Bluetooth, dan lain-lain. Sistem 4G berdasarkan heterogenitas jaringan IP yang memungkinkan pengguna untuk menggunakan beragam sistem kapan saja dan dimana saja. 4G juga memberikan penggunanya kecepatan tinggi, volume tinggi, kualitas baik, jangkauan global, dan fleksibilitas untuk menjelajahi berbagai teknologi berbeda. Terakhir, 4G memberikan pelayanan pengiriman data cepat untuk mengakomodasi berbagai aplikasi multimedia seperti, video conferencing, game on-line, internet, dan lain-lain.

2. Gaya Hidup dan Budaya Konsumsi

a. Gaya Hidup

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia di dalam masyarakat.¹⁸ Menurut Sutisna, Gaya hidup merupakan cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktifitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang mereka sendiri

¹⁸ Tim Penyusun Kamus, Kamus Besar Bahasa Indonesia,.... hlm.340

dan juga dunia sekitarnya.¹⁹ Gaya hidup menurut *Chaney adalah pola-*pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain.²⁰

Gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern. Maksudnya adalah siapa pun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya dapat dipelajari karena gaya bersifat artifisial dan sadar diri. Pembelajaran ini dapat dilakukan melalui majalah, koran, buku, televisi, radio, atau sumbersumber informasi lain yang banyak menekankan peningkatan diri, pengembangan diri, transformasi personal, bagaimana mengelola kepemilikan, hubungan dan ambisi, serta bagaimana membangun gaya hidup. Melalui pembelajaran-pembelajaran oleh masyarakat itulah akhirnya gaya dapat berkembang di masyarakat.

Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang- barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor

¹⁹ Sutisna, Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran,.... hlm 145

²⁰ David Chaney, *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*, terjemahan Nuraeni (Yogyakarta: Jalasutra, 1996), hlm.40

²¹ Idi Subandy Ibrahim (ed), *Lifestyle Ecstasy Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*, (Yogyakarta: Jala Sutra, 1997), hlm.166

yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor-faktor tersebut antara lain:²²

1) Faktor internal, meliputi:

(a) Sikap

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

(b) Pengalaman dan Pengamatan

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

(c) Kepribadian

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

Abdi Yanto, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup ", dalam http://softskiilperilakukonsumen.blogspot.com/2010/12/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-gaya.htm

(d) Konsep diri

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan frame of reference yang menjadi awal perilaku.

(e) Motif

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

(f) Persepsi

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

2) Faktor eksternal, meliputi:

(a) Kelompok Referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

(b) Keluarga

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu.Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

(c) Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.

Pada saat ini sistem globalisasi telah menghilangkan batas-batas budaya lokal, nasional, maupun regional, sehingga arus gelombang gaya hidup global dengan mudahnya berpindah-pindah tempat melalui perantara media massa. Akan tetapi, gaya hidup yang berkembang saat ini lebih beragam, mengambang, dan tidak hanya dimiliki oleh satu masyarakat khusus. Menurut Alvin Toffler, saat ini terjadi kekacauan nilai yang diakibatkan oleh runtuhnya sistem nilai tradisional yang mapan sehingga yang ada hanyalah nilai-nilai terbatas seperti kotak-kotak nilai.²³

b. Budaya

Definisi tentang budaya sangat luas dan beraneka ragam. Roos melihat budaya sebagai sistem gaya hidup dan ia merupakan faktor utama bagi pembentukan gaya hidup.²⁴ Koentjaraningrat memberikan definisi budaya sebagai sistem gagasan, tindakan, dan hasil karya manusia dalam rangka kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar.²⁵ Kebudayaan adalah pengalaman dalam hidup sehari-hari: berbagai teks, praktik, dan makna semua orang dalam menjalani hidup mereka.²⁶

Konsep budaya dapat dipahami seiring dengan perubahan perilaku dan struktur masyarakat di Eropa pada abad ke-19. Perubahan ini atas dampak dari pengaruh teknologi yang berkembang pesat.

²³ Idi Subandy Ibrahim (ed), *Lifestyle Ecstasy Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*.... hlm.166

²⁴ Alo Liliweri, Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya (Yogyakarta: LKIS, 2009), hlm.10

²⁵ Koentjaraningrat, *Pengantar Ilmu Antropologi* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1990), hlm.180

²⁶ Barker, Chris, *Cultural Studies : Teori dan Praktik*, Terj. Nurhadi (Yogyakarta: kreasi wacana, 2008), hlm.43

Istilah budaya sendiri merupakan kajian komprehensif dalam pengertiannya menganalisa suatu obyek kajian. Fokus studi kajian budaya ini adalah pada aspek relasi budaya dan kekuasaan yang dapat dilihat dalam budaya pop.

Kajian budaya sebagai suatu disiplin ilmu (akademik) yang mulai berkembang di wilayah Barat seperti Inggris, Amerika, Eropa (kontinental), dan Australia mendasarkan suatu pengetahuan yang disesuaikan dengan konteks keadaan dan kondisi etnografi serta kebudayaan mereka. Pada tahap kelanjutannya di era awal abad 21 kajian budaya dipakai di wilayah Timur untuk meneliti dan menelaah konteks sosial di tempat-tempat yang jarang disentuh para praktisi kajian budaya barat, antara lain Afrika, Asia, atau Amerika Latin.

Menurut Barker, inti kajian budaya bisa dipahami sebagai kajian tentang budaya sebagai praktik-praktik pemaknaan dari representasi.²⁷ Ia mengakui bahwa kajian budaya tidak memiliki titik acuan yang tunggal. Selain itu, kajian budaya memang terlahir dari indung alam pemikiran strukturalis/pascastrukturalis yang multidisipliner dan teori kritis multidisipliner, terutama di Inggris dan Eropa kontinental.

Dalam perkembangan ilmu-ilmu budaya dan humaniora, Peursen meninjau pergeseran-pergeseran arti kebudayaan yang menyangkut

²⁷ Barker, Chris, Cultural Studies: Teori dan Praktik,...., hlm.9

-

maksud kata dan isi konsep.²⁸ Dari segi maksud kata, kebudayaan diartiakn sebagai perwujudan kehidupan setiap orang dan setiap kelompok orang yang berupaya mengolah dan megubah alam sehingga membedakan dirinya dengan hewan. Sementara dari segi isi konsep, kebudayaan adalah kegiatan membuat alat, mendidik, berburu, tata upacara, dan lain-lain. Jadi kebudayaan dipahami sebagai kegiatan produktif, bukan hasil produksinya.²⁹

c. Budaya Konsumsi

Masyarakat modern adalah masyarakat yang konsumtif yakni masyarakat yang terus-menerus berkonsumsi. Namun saat ini, konsumsi tidak lagi sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan dasar dan fungsional masyarakat, tetapi konsumsi telah menjadi budaya, budaya konsumsi. Berkembangnya budaya konsumsi ditandai dengan berkembangnya gaya hidup. Berbagai gaya hidup masyarakat yang lahir dari kegiatan konsumsipun semakin beragam.

Saat ini hampir tidak ada ruang untuk menghindarkan diri dari kegiatan konsumsi. Di rumah, di kantor, di kampus, dan dimana pun kita berada, kita selalu disodori berbagai informasi yang mengajak kita pada kegiatan konsumsi. Ajakan atau rayuan itu dapat melalui iklan di televisi, iklan surat kabar dan majalah, bahkan promosi media *outdoor* yang menghiasi tiap jalan dan berbagai sudut kota. Hampir setiap hari kita melakukan aktivitas rutin seperti pergi ke kantor, ke kampus atau

²⁸ Mudji Sutrisno dan Hendar Putranto (ed), *Teori-Teori Kebudayaan*, (Yogyakarta: Kanisius, 2005), hlm.259

²⁹ Ibid., hlm.260

keluar rumah, melihat televisi, mendengarkan siaran radio dan hampir setiap hari pula kita disodori iklan-iklan yang secara tidak langsung dapat membuat kita ingin mengkonsumsi atau bahkan sampai kepada tindakan membeli produk-produk yang ditawarkan oleh iklan-iklan tersebut.

Iklan menciptakan simulasi untuk menanamkan simbol-simbol dari objek dalam masyarakat. Pada awalnya, barang-barang ditampilkan berdasarkan kualitas material dan fungsinya. Kemudian secara bertahap, iklan akan menciptakan "cara" untuk membuat asosiasi dari tanda yang berasal dari objek dengan suatu gaya hidup atau dengan kehidupan sosial masyarakat. Sehingga yang ditekankan dalam iklan adalah asosiasi objek dengan sesuatu yang diinginkan atau hasrat-hasrat dari masyarakat. Oleh karena itu, iklan sangat persuasif karena seringkali secara langsung mampu membidik hasrat-hasrat dari manusia.

Iklan mampu menciptakan mimpi dan ilusi karena memunculkan gambar yang dimanipulasi. Hal tersebut digunakan untuk menciptakan realitas fantasi karena apa yang tampak di dunia nyata tidak lagi dianggap cukup efektif untuk memperoleh apa yang diinginkan. Sebagai hasilnya kita banyak melihat dalam iklan seperti anak yang tumbuh berukuran raksasa dalam waktu sekejap, produk

30 http://www.transparencynow.com/advertise.htm

yang bisa terbang, tampilan tubuh yang lebih ramping, kulit yang lebih putih, dan lain sebagainya.

Berkembangnya gaya hidup masyarakat satu sisi bisa menjadi pertanda positif yakni meningkatnya kesejahteraan hidup masyarakat, yang mana peningkatan kegiatan konsumsi dipandang sebagai efek dari naiknya penghasilan dan taraf hidup masyarakat. Namun disisi lain, fenomena tersebut juga bisa dikatakan sebagai pertanda kemunduran rasionalitas masyarakat, yang mana konsumsi dianggap sebagai penyakit yang menggerogoti jiwa dan pikiran masyarakat. Konsumsi menjadi orientasi hidup bagi sebagian masyarakat, sehingga setiap aktifitas yang dilakukannya didasari karena kebutuhan berkonsumsi.

d. Konsumerisme

Budaya konsumsi oleh masyarakat modern memunculkan suatu paham atau ideologi yang disebut konsumerisme. Herry-Priyono mendefinisikan konsumerisme secara sangat ringkas dan jelas. Konsumerisme adalah konsumsi yang mengada-ada. Lebih lanjut dikemukakannya, konsumerisme tak hanya menyangkut proses sosiopsikologis, tetapi juga gejala ekonomi-politik. Dalam banyak hal bisa dikatakan bahwa konsumerisme menjadi sarat mutlak bagi kelangsungan bisnis status dan gaya hidup. Konsumerisme merupakan paham untuk hidup secara konsumtif, sehingga orang yang

32 Ibid.,

³¹ Mudji Sutrisno dan Hendar Putranto (ed), Teori-Teori Kebudayaan,..., hlm.267

konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi atau kegunaan ketika membeli barang melainkan mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang tersebut.³³

Ideologi konsumerisme secara aktif memberi makna tentang hidup melalui mengkonsumsi material. Bahkan ideologi tersebut mendasari rasionalitas masyarakat, sehingga segala sesuatu yang dipikirkan atau dilakukan diukur dengan perhitungan material. Ideologi tersebut jugalah yang membuat orang tiada lelah bekerja keras mengumpulkan modal untuk bisa melakukan kegiatan konsumsi.

Fenomena masyarakat yang konsumeristis ini dapat kita lihat di pusat-pusat perbelanjaan. Seperti yang digambarkan oleh Baudrillard sebagai fenomena drugstore. Menurutnya:

Drugstore mewujudkan sintetis jumlah aktivitas konsumen yang tidak berbelanja paling sedikit, bercinta dengan objek, petualangan permainan dan kemungkinan-kemungkinan kombinasi... Drugstore tidak menempatkan kategori-kategori barang, tetapi drugstore mempraktikkan gabungan tanda-tanda dengan segala kategori barang yang dirancang seperti sebuah penampungan yang merupakan bagian dari sebuah totalitas penikmat tanda-tanda.34

Di Indonesia sendiri banyak dibangun pusat-pusat perbelanjaan seperti hypermarket dan mall-mall yang di dalamnya dijual berbagai macam barang, mulai dari barang-barang kebutuhan sehari-hari, kebutuhan sekolah, kebutuhan kantor dan lain-lain. Hanya dengan

³³ Budaya Konsumerisme dalam http://sosbud.kompasiana.com/2010/01/22/budayakonsumerisme/

³⁴ Jean Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, terjemahan Wahyunto (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2009), hlm. 6-7

mengunjungi satu tempat kita bisa melihat dan membeli berbagai macam barang tanpa harus berpindah tempat. Ini menjadi salah satu alasan mengapa masyarakat lebih memilih tempat ini untuk berbelanja. Bahkan biasanya tempat ini hanya dijadikan ajang untuk *mejeng* semata. Pusat-pusat perbelanjaan dibangun sedemikian rupa oleh perusahaan untuk menarik minat pengunjung. Maka tak heran jika terjadi *jor-joran* iklan, desain, aksesoris toko, dan lain sebagainya. Tak hanya itu, para pedagangpun melakukan berbagai cara untuk menarik minat konsumen, yakni dengan cara memberikan potongan harga (diskon), program cuci gudang, dan lain sebagainya. Pada tahap ini, Baudrillard mengakui pentingnya kartu kredit bagi *shopping mall*. Dan lebih umum lagi bagi masyarakat konsumen. Sebagaimana yang dia pahami, kartu kredit membebaskan kita dari cek, uang tunai, dan bahkan dari kesulitan biaya pada akhir bulan.³⁵

Tak hanya sekedar barang-barang kebutuhan pokok, barang-barang elektronikpun tak luput dari incaran masyarakat konsumeris. Strategi inovasi produk elektronik yang dilakukan oleh perusahaan telah berhasil merayu karnal³⁶ manusia. Sebagai contoh produk handphone. Kita bisa melihat bagaimana produk tersebut didesain dalam berbagai merk dan model, kemudian ditambahi dengan beberapa fasilitas pendukung, dan juga tak lupa diimbuhi pula dengan

3

³⁵ George Ritzer, *Teori Sosial Postmodern Terjemahan Muhammad Taufik* (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2003), hlm143-144

³⁶ Karnal adalah hasrat tubuh kepada sesuatu yang sifatnya material, seperti lawan jenis, harta benda, atau makanan, dan segala hal material lannya.

citraan-citraan tertentu yang diasumsikan dapat mencakup seluruh keinginan konsumen, serta didesain untuk berbagai gaya hidup konsumen. Upaya-upaya tersebut secara langsung atau tidak langsung dapat merubah gaya hidup konsumennya. Setiap produk handphone baru yang diluncurkan ke pasaran seakan mengajak konsumennya untuk memperbarui citra dirinya.

McDonaldisasi

Selain pusat-pusat perbelanjaan, masyarakat sekarang sudah kegandrungan dengan usaha waralaba McD. McD merupakan usaha waralaba yang bergerak di bidang penjualan hamburger yang restorannya kini tersebar di hampir seluruh wilayah di Indonesia. Ketika kita mengunjungi restoran McD, kita tidak hanya melihat kompleksitas struktur organisasi dan pengendalian usaha di dalamnya, tetapi juga terbesit tema pokok, yakni McD tidak hanya sekedar urusan perut, tetapi juga menyangkut gaya hidup.

McD tidak hanya menciptakan hamburger, tetapi "mencetak manusia". Usaha ini bahkan mendirikan universitas hamburger.³⁷ Universitas ini sudah tersebar di wilayah Chicago, Jerman, Inggris, Jepang, Australia dan mungkin akan semakin bertambah. Dalam universitas ini bukan makanan yang mereka proses, tetapi konsumen. Yang distandardisasi bukan hanya makanannya, tetapi konsumennya. Dari segi semiotika, disini terjadi proses internalisasi bahasa dan

-

³⁷ Idi Subandy Ibrahim (ed), *Lifestyle Ecstasy Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia*,..., hlm.146

tanda-tanda. Mengkonsumsi McD artinya bukan hanya mengisi perut tetapi juga elevasi kebahagiaan manusia yang sadar akam perlunya makanan dan kebiasaan makan sehat.

McD telah berkembang dari bisnis makanan menjadi bisnis kebudayaan. Dari sisi produk, McD bukan hanya menghasilakn hamburger, melainkan gaya hidup. Dari sisi internal pengembangan perusahaan, mereka mensosialisasikan nilai kepada semua pihak di dalamnya pragmatisme hidup yang luar biasa. Optimisme, ekspansi usaha yang hanya langit batasnya, mereka tanamkan benar-benar pada pegawainya.

B. Kajian Teori

1. Teori Tanda Baudrillard

Teori ini dipopulerkan oleh seorang pakar teori kebudayaan dari Perancis, Jean P Baudrillard. Ia menyatakan bahwa ketika seseorang mengkonsumsi sebuah objek yang dikonsumsi bukan lagi use atau exchange value melainkan symbolic value. Maksudnya orang tidak lagi mengkonsumsi objek berdasarkan karena kegunaan atau nilai tukarnya, melainkan karena nilai simbolis yang sifatnya abstrak dan terkonstruksi. Objek-objek konsumsi telah berubah menjadi serangkaian kode-kode mirip seperti bahasa. Objek konsumsi saat ini mereprentasikan tanda yang menunjuk pada status sosial masyarakat yang disusun secara hierarkis. Objek konsumsi tak memiliki nilai guna dan nilai tukar tetapi yang ada adalah nilai tanda. Tanda yang muncul dari benda-benda yang dikonsumsi,

tanda yang dapat membuat mereka puas meskipun tidak sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dalam Consumer Society, Baudrillard menganalogikan konsumsi masa kini dengan bahasa dan sistem tanda dalam masyarakat primitif. Manusia sepanjang massa membutuhkan suatu simbol yang dipuja dan disembah. Jika dahulu ada pohon dan patung sehingga muncul cargo myth, masyarakat masa kinipun mempunyai kultus-kultus sendiri seperti terhadap kemasan benda-benda, citra, televisi, serta terhadap konsep kemajuan pertumbuhan.³⁸ Masyarakat pada era sekarang begitu memuja televisi, produk-produk yang diiklankan dan sebagainya. Sebagai contoh, sebagaian orang terutama dikalangan perempuan akan sangat menyesal apabila mereka ketinggalan satu episode saja cerita sinetron cinta fitri. Padahal tidak ada korelasi secara konkret apa yang terjadi dalam cerita dengan kehidupan sehari-hari mereka, tidak ada juga keuntungan yang didapat selain hiburan. Kita juga bisa lihat pada advetorial-advetorial yang ada pada surat kabar. Bagaimana pada acara pembukaan atau peluncuran produk handphone terbaru dibanjiri pembeli. Pertanyaannya adalah apakah mereka benar-benar membutuhkan benda tersebut disaat sudah terdapat dua benda yang secara fungsi serupa di saku mereka? Apa yang sebenarnya mereka cari?

Dalam era konsumsi, gejala sosial yang tumbuh secara pesat adalah semakin meluasnya penataan ulang aneka macam kebutuhan dari yang

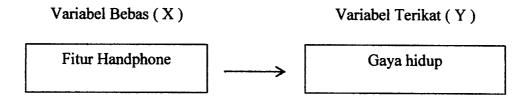
_

³⁸ Mudji Sutrisno dan Hendar Putranto (ed), Teori-Teori Kebudayaan,..., hlm.262

level terendah menjadi sebuah sistem tanda. Sistem tanda tersebut telah menjadi cara yang spesifik dalam transisi dari alam ke budaya di era ini. Dalam analisa sosiologi Baudrillard konsumsi sendiri merupakan fungsi turunan dari produksi. Hal ini terjadi karena dalam masyarakat yang kapitalis kontemporer ini bukan lagi kontradiksi antara pemaksimalan keuntungan dengan rasionalisasi produksi, melainkan antara produktivitas yang potensinya tak terbatas (pada tataran struktur teknologi) dan kebutuhan untuk membuang produknya. Pada produksi besar-besaran yang bertujuan untuk mengakumulasi modal secara besar-besaran dibutuhkan konsumsi yang setara dengan hasil produksi kapitalis. Hal ini bisa kita lihat dengan bagaimana handphone yang dulu dihargai jutaan rupiah sekarang hanya berharga ratusan ribu. Hal ini terjadi karena produksi handphone terutama dari China berlebih sehingga mereka membuangnya ke Indonesia. Hal yang sama juga terjadi pada betapa keras usaha Amerika untuk membuat orang Indonsia membeli ayam sisa produksinya.

2. Kerangka Teori

Berangkat dari kajian teoretis yang telah dijelaskan diatas, maka dapat dikerangkakan sebagai berikut:



Kerangka konseptual memberikan gambaran, bahwa dalam penelitian ini akan dikaji tingkat peranan (pengaruh) yang diberikan variabel X (fitur handphone) terhadap variabel Y (gaya hidup) dan memprediksikan kemungkinan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Subyek dan Lokasi Penelitian

1. Deskripsi Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi semester II, IV, dan VI yang telah memenuhi kriteria-kriteria yang ditetapkan oleh peneliti. Kriteria tersebut antara lain: (a) Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi, (b) Mahasiswa laki-laki dan perempuan, (c) Mahasiswa memiliki handphone berfitur standart, yakni fasilitas untuk short message service (SMS), kamera digital, radio FM, MP3, dan fasilitas koneksi internet. Setelah dilakukan proses penjaringan dan teknik pengambilan sampel, mahasiswa yang masuk menjadi responden sebanyak 128 orang. Untuk lebih lengkapnya data identitas responden penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3.1

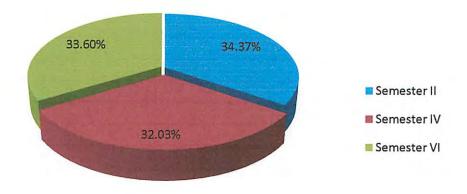
Data Sebaran 128 Responden Menurut Identitasnya

No	Jenis	data	Jumlah	Prosentase	
1	Semester	П	44	34.37	
		IV	41	32.03	
		VI	43	33.60	
	Total	128	100%		
2	Jenis kelamin	Laki-laki	46	35.94	
		perempuan	82	64.06	
_	Total	128	100%		

3	Usia	17 tahun	2	1.56
		18 tahun	16	12.50
		19 tahun	45	35.16
		20 tahun	34	26.56
		21 tahun	25	19.53
		22 tahun	5	3.91
		23 tahun	0	0.00
		24 tahun	1	0.78
	Total	1	128	100%

Gambar 3.1

Jumlah Responden Menurut Semester

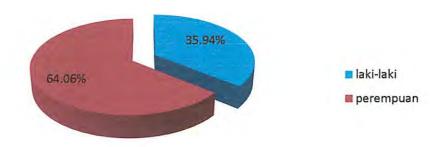


Gambar diatas menjelaskan jumlah prosentase responden menurut semester. Dapat kita lihat bahwa sebanyak 34.37 % responden berasal dari semester II, 32.03 % berasal dari semester IV, dan 33.60 berasal dari

semester VI. Sesuai angka prosentase, dapat dikatakan bahwa jumlah responden tiap semester hampir sama.

Gambar 3.2 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin

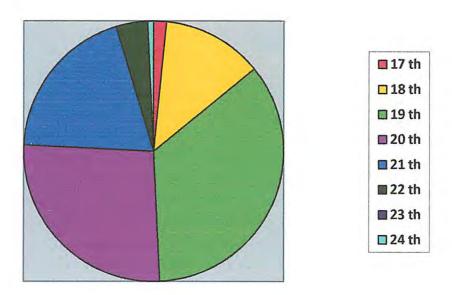




Gambar diatas menjelaskan jumlah prosentase responden menurut jenis kelamin. Jumlah responden perempuan lebih banyak dari jumlah responden laki-laki. Dapat kita lihat bahwa sebanyak 35.94 % responden berjenis kelamin laki-laki dan 64.06 % responden berjenis kelamin perempuan. Penentuan sampel yang lebih banyak didominasi oleh perempuan merupakan konsekuensi dari perhitungan rumus slovin yang kemudian hasilnya di random.

Gambar 3.3

Data Responden Menurut Usia



Gambar diatas menjelaskan jumlah prosentase responden menurut menurut usia. Dapat kita lihat bahwa jumlah responden yang berumur 17 tahun sebanyak 1.56%, responden yang berumur 18 tahun sebanyak 12.50%, responden yang berumur 19 tahun sebanyak 35.16%, responden yang berumur 20 tahun sebanyak 26.56%, responden yang berumur 21 tahun sebanyak 19.53%, responden yang berumur 22 tahun sebanyak 3.91%, dan yang terakhir responden yang berumur 24 tahun sebanyak 0.78%. Dari data tersebut dapat dikatakan bahwa responden didominasi oleh mahasiswa dengan umur 19 tahun.

2. Lokasi Penelitian

Fakultas Dakwah lahir di lingkungan IAIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 1970 dengan SK Menteri Agama RI nomor 256 tahun 1970, tanggal 30 September 1970. Komitmen didirikannya Fakultas dakwah pada saat itu adalah mengembangkan suatu disiplin ilmu dakwah yang berakar dari ilmu komunikasi dalam rangka mengemban misinya meningkatkan kualitas keberagamaan masyarakat.

Seiring dengan perkembangan kelembagaaan dan sumber daya manusia, secara berurutan pada tahun 1971 sampai dengan 1974 Fakultas Dakwah menetapkan dua jurusan , yaitu Retorika dan Jurnalistik. Kemudian pada tahun itu juga dibentuk jurusan dakwah sebagai penggabungan kedua jurusan tersebut.

Selanjutnya tahun 1982, dibukalah dua jurusan sebagai bentuk pengembangan Fakultas dakwah, yakni jurusan Bimbingan Penyuluhan Masyarakat (BPM) dan Penerangan Penyiaran Islam (PPAI), yang untuk tahun 1997 berkembang menjadi 4 jurusan dengan perubahan nama, yaitu KPI (Komunikasi Penyiaran Islam), BPI (Bimbingan penyuluhan Islam), MD (Manajemen Dakwah), dan PMI (Pengembangan Masyarakat Islam). Dengan demikian sejak tahun 1997 hingga tahun 2000 Fakultas Dakwah memiliki 4 jurusan.

Sementara itu dengan dibukanya kran Wider Mandate oleh Departemen Agama, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel surabaya pada tahun 2000 mengajukan permohonan penyelenggaran program studi umum (Sosiologi, Komunikasi dan Psikologi), pada Departemen Agama, dan tepat tanggal 18 September 2001, Departemen Pendidikan Nasional melalui Dirjen Pembinaan Pendidikan Tinggi yang ditandatangani oleh Prof. Dr. Satrio Sumantri Brodjonegoro memberikan rekomendasi pembukaan program studi umum di IAIN Sunan Ampel Surabaya dengan nomor surat 2981/D/T/2001. Setelah direkomendasi, maka pada tanggal 29 Nopember 2001 melalui SK no E/283/2001 Departemen Agama, melalui Dirjen Pembinaan Kelembagaan Agama Islam mengeluarkan SK penyelenggarann Program Studi Komunikasi di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Dengan demikian, secara yuridis formal penyelenggaraan Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah IAIN Sunan ampel Suarabaya, sejak dikeluarkankannya SK tersebut telah dinyatakan tidak persoalan

Sebagai Apresiasi dan improvisasi dikeluarkannya SK tersebut, program studi ilmu Komunikasi yang ada di fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya ini, melakukan penajaman program studi, dengan cara membuka minat studi yang tidak lain merupakan paket unggulan kompetitif tawaran program studi, di samping ciri keislamannya terus ditingkatkan. Adapun minat studi yang dimaksud, adalah Broadcasting, Public Relations dan Advertising. Dengan dibukanya minat studi tersebut memberikan harapan bahwa program studi ini hendak menyiapkan sarjana ilmu sosial (S.Sos) yang memiliki basic kemamampuan ilmu komunikasi secara teoritis dan praksis plus spirit keislaman yang paripurna. Dengan

demikian keberadaan program studi dengan segala minat studi yang dimilikinya menjawab persoalan subtantif tentang kelangkaan pakar komunikasi yang dimiliki umat Islam selama ini

Dasar Hukum Penyelenggaran Program Studi

- a. Surat Keputusan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Nomor: 108/Dikti/2001 Tanggal 30 April 2001 tentang Pedoman Pembukaan Program Studi dan atau Jurusan berdaarkan Keputusan Mendiknas Nomor: 234 /U/2000 tentang Pemdirian Perguruan Tinggi.
- b. Surat Departemen Pendidikan Nasional Nomor: 241/D/T/2001 tanggal 19 Juli 2001 tentang Tindak Lanjut Wider Mandate
- c. Surat Direktorat Jenderal Pembinaan Kelembagaan Departemen Agama nomor: E.1/PP.00.9/J/924/2001 tanggal 24 Juli 2001 tentang Tindak Lanjut Wider Mandate
- d. Surat Rekomendasi Departemen Pendidikan Nasional nomor : 2981/D/T/2001 tangga; 18 September 2001 tentang Rekomendasi Pembukaan Program Studi S-1 pada IAIN dan STAIN dalam rangka Wider Mandate di lingkungan Departemen Agama.
- e. Keputusan Dirjen Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Departemen Agama nomor: E/283/2001 tanggal 29 Nopember 2001 tentang Izin Penyelenggaraan Program Studi Ilmu Komunikasi (S-1) Konsentrasi Komunikasi Keagamaan pada Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

f. Surat Keputusan Menteri Pendidikan Nasional nomor: 045/U/2002 tanggal 2 April 2002 tentang Kurikulum Inti Pendidikan Tinggi

Visi dan Misi

Visi: Menjadikan Program Studi Komunikasi sebagai program studi terkemuka dan berkualitas, yang mengembangkan masyarakat ilmiah berlandaskan moral agama dan budaya.

Misi : mengembangkan kajian ilmu komunikasi dengan tradisi intelektual dan lingkungan akademik yang peka terhadap perkembangan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi serta budaya bangsa.

Sasaran Program Studi Ilmu Komunikasi

- Calon-calon mahasiswa yang baru lulus maupun yang sudah lulus dari pendidikan tingkat menengah atas atau yang sederajat (pesantren) yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia.
- Pengguna lulusan : pemerintah/instansi/masyarakat yang bergerak dibidang keilmuan komunikasi, khususnya berkaitan dengan keahlian broadcasting, public relation, dan advertising.

Tujuan Program Studi Ilmu Komunikasi

Tujuan Umum Program Studi Ilmu Komunikasi adalah menghasilkan tenaga ahli dalam bidang komunikasi yang :

- Berwawasan ke-Indonesiaan dan keagamaan yang berorientasi masa depan dengan berkepribadian muslim,
- Memiliki integritas yang tinggi, terbuka dan responsif terhadap perubahan dan perkembangan ilmu komunikasi yang semakin akseleratif.

Peminatan studi di Program Studi Ilmu komunikasi Fakultas

Dakwah Surabaya terdiri dari:

a. Minat Studi Broadcasting

Menghasilkan sarjana strata satu (S-1) Ilmu Komunikasi yang memiliki wawasan kebangsaan dan keagamaan, pengetahuan dan keahlian di bidang penyiaran radio dan televisi, dan siap mengembangkan diri di bidang radio dan televisi serta dapat mengikuti perkembangan ilmu dan teknologi komunikasi.

Profil Lulusan:

- Mampu bekerja sebagai tenaga perencana, pengatur, pengawas, dan pelaksana kegiatan bidang penyiaran radio dan televisi.
- Mampu merumuskan, mengantisipasi, dan menyelesaikan masalah di bidang penyiaran radio dan televise.
- 3) Mampu mengembangkan aplikasi komunikasi terapan untuk radio dan televisi serta dapat mengikuti perkembangan teknologi komunikasi di masa depan
- 4) Mampu bekerja/ mengelola usaha di bidang radio dan televise

5) Mampu bekerja sebagai akademiki di bidang ilmu komunikasi

b. Minat Studi Public Relations

Menghasilkan sarjana strata satu (S-1) Ilmu Komunikasi yang memiliki wawasan kebangsaan dan keagamaan, pengetahuan dan keahlian di bidang kehumasan, dan siap mengembangkan diri di bidang human relation, baik di lembaga-lembaga profit maupun non-profit serta dapat mengikuti perkembangan ilmu dan teknologi komunikasi

Profil Lulusan

- Mampu bekerja sebagai tenaga perencana, pengatur, pengawas, dan pelaksana di bidang kehumasan
- Mampu merumuskan, mengantisipasi, dan menyelesaikan masalah di bidang kehumasan.
- 3) Mampu mengelola usaha di bidang kehumasan.
- 4) Mampu mengembangkan aplikasi komunikasi pemasaran dan kehumasan di masa depan.
- 5) Mampu bekerja sebagai tenaga akademisi di bidang ilmu komunikasi

c. Minat Studi Advertising

Menghasilkan sarjana strata satu (S-1) Ilmu Komunikasi yang memiliki wawasan kebangsaan dan keagamaan, pengetahuan dan keahlian di bidang periklanan, dan siap mengembangkan diri di bidang

periklanan baik di radio, televisi, dan surat kabar serta dapat mengikuti perkembangan ilmu dan teknologi komunikasi

Profil Lulusan

- Mampu bekerja sebagai tenaga perencana, pengatur, pengawas dan pelaksana kegiatan bidang periklanan.
- Mampu merumuskan, mengantisipasi, dan menyelesaikan masalah di bidang periklanan.
- 3) Mampu mengelola usaha di bidang periklanan
- Mampu mengembangkan aplikasi komunikasi pemasaran dan komunikasi kreatif periklanan di masa depan.
- 5) Mampu bekerja sebagai tenaga akademisi di bidang komunikasi

Mekanisme Peminatan

Untuk menentukan mahasiswa program studi tersebut masuk peminatan tertentu, dilakukan tes bakat dan minat. Tes bakat minat tersebut dilakukan dengan beberapa pertimbangan :

- Agar mahasiswa yang akan memasuki peminatan tertentu, benar-benar didasarkan pada bakat dan minatnya masing-masing, bukan karena ikut-ikutan
- b. Untuk menghindari pembludakan salah satu minat, yang disebabkan oleh banyaknya mahasiswa yang memilih minat studi itu, tanpa mengetahui pontensi dan bakat yang dimilikinya
- c. Terjadi objektivitas pengarahan mahasiswa akan pemilihan minat studi

HIMAKOM

Pembinaan mahasiswa di tingkat program studi Ilmu Komunikasi, secara global berada pada struktur Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi. Namun Demikian, pembinaan itu tidak akan berjalan dengan baik, jika tidak didukung oleh mahasiswa dalam hal ini organisasi kemahasiswaan di tingkat program studi. Keberadaan organisasi Himpunan Mahasiswa Komunikasi (HIMAKOM), sangat membantu dalam mengembangkan dan meningkatkan potensi yang dimiliki mahasiswa program studi ilmu Komunukasi. Untuk itu, keberadaan lembaga ini ibaratnya tangan kanan dari ketua prodi untuk bersama-sama mengembangkan dan meningkatkan potensi mahasiswa tersebut.

Organisasi Himpunan Mahasiswa Komunikasi (HIMAKOM) adalah wahana dan sarana penyaluran aspirasi dan pengembangan diri baik pengembangan kecerdasan intelektual, emosional maupun spiritual keagamaan mahasiswa program studi ilmu komunikasi ke arah perluasan wawasan dan peningkatan kecerdasan serta integritas pribadi

Fungsi dan Tugas Himakom

- Menyerap aspirasi dan informasi mahasiswa program studi ilmu komunikasi untuk dirumuskan sebagai masukan pembuatan dan pelaksanaan program kerja Himakom
- Mewakili mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi baik ke dalam maupun ke luar program studi

- c. Sebagai wahana merencanakan, melaksanakan dan mengembangkan kegiatan ekstra kurikuler di tingkat jurusan/program studi yang bersifat penalaran dan keilmuan, minat dan kegemaran, kesejahteraan mahasiswa serta pengabdian kepada masyarakat
- d. Melaksanakan segala ketentuan hasil musyawarah Himakom yang terkait dengan program masing-masing Divisi
- e. Menjalin kerjasama dan koordinasi dengan lembaga-lembaga sejenis di tingkat fakultas bahkan di luar fakultas
- f. Menyelenggarakan pertanggungjawaban akhir dan pemilihan pengurus baru (MUSMA).

Kepengurusan dan Masa Kepengurusan

Masa kepengurusan Himpunan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi adalah satu tahun, terhitung mulai tanggal 1 Januari hingga 31 Desember. Pengurus yang telah selesai masa kepengurusan, dapat mencalonkan kembali menjadi pengurus, jika yang bersangkutan terpilih kembali pada Musyawarah Mahasiswa (Musma). Pemilihan pengurus baru (MUSMA) dilakukan dengan memilih calon secara langsung, bebas dan terbuka (Demokratis). Bagi Pengurus yang terpilih, diberi kesempatan untuk menyusun kabinetnya paling lama 1 minggu. Setelah itu, kabinet yang teah tersusun akan mendapat SK pengesahan dari Dekan Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya

Pertanggungjawaban

Pertanggungjawaban pengurus yang telah selesai masa minggu kepengurusannya, paling lambat dua harus melakukan pertanggungjawaban kepada anggota Himakom dalam forum Musyawarah Mahasiswa. Dalam acara pertanggungjawaban tersebut, pengurus lama harus menjelaskan secara rinci program kerja yang telah dilaksanakan, berikut keuangan yang telah digunakan. Dari pertanggungjawaban tersebut, anggota himakom memberikan masukan, kritik bahkan meminta klarifikasi. Setelah pertanggungjawaban tidak persoalan, maka pengurus lama harus memberikan salinan laporan tersebut ke ketua program studi.

B. Deskripsi Data Penelitian

Tema dalam penelitian ini adalah pengaruh fitur handphone terhadap gaya hidup mahasiswa. Penelitian ini berusaha membuktikan secara empiris ada tidaknya pengaruh fitur handphone terhadap gaya hidup mahasiswa, dan sejauh mana pengaruhnya. Tidak hanya itu, dalam penelitian ini juga akan di kaji faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi gaya hidup mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Dari total 128 kuesioner yang disebar kepada responden, sebanyak 11 kuesioner yang tidak kembali, yakni 2 kuesioner dari semester II, 5 kuesioner dari semester IV, dan 4 kuesioner dari semester VI. Jadi jumlah kuesioner yang tersisa adalah sebanyak 117 kuesioner. Namun demikian, hal tersebut tidak akan merubah kevalidan data penelitian dan sampel yang digunakan masih representative.

Berdasarkan hasil observasi, sebagaian besar mahasiswa komunikasi mempunyai handphone dengan fitur standar. Handphone fitur standar yang dimaksud disini ialah handphone yang memiliki fitur Short Messages Service (SMS), kamera, radio FM, MP3, dan koneksi internet. Sebenarnya beberapa dari mereka mengaku tidak sengaja membeli atau tidak terlalu membutuhkan handphone dengan fitur-fitur tersebut. Mereka mengaku mempunyai handphone tersebut karena dibelikan orang tua atau diberi oleh saudara.. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua mahasiswa memiliki handphone tersebut atas dasar kebutuhan. Ada sebagaian kecil dari mereka yang tidak membutuhkannya.

Pertama, ada beberapa mahasiswa yang mengemukakan alasan-alasan mengapa mereka membutuhkan handphone yang berfitur standar. Sebagai contoh, ada mahasiswa yang mengatakan bahwa fitur kamera pada handphone sangat penting, yakni sebagai alat dokumentasi. Seperti yang dikatakan Yayuk Naningsih (18 th), mahasiswi komunikasi semester II, "fitur kamera sangat penting sebagai alat dokumentasi. Fitur kamera pada handphone lebih fleksibel jika digunakan untuk dokumentasi sehari-hari". Ada pula mahasiswa yang mengaku karena mereka memang membutuhkan dan sengaja mencari handphone dengan fitur tersebut. Seperti yang dikatakan Ri'atus Sholichah (19 th), mahasiswi komunikasi semester II, "saya mencari handphone yang mempunyai fitur kamera, karena dengan fitur kamera kita dapat *narsis* dimana saja". Hal senada juga dikatakan oleh Kholifatun Kurnia (19 th), mahasiswi komunikasi semester II, dia mengatakan " butuh, buat *narsis-narsisan*. Misalnya ada kejadian lucu atau menarik, kan bisa dipotret. Selain itu dalam hal pelajaran atau keperluan lainnya, sangat diperlukan".

Contoh lain yaitu fitur MP3 pada handphone. Hampir semua mahasiswa memiliki fitur MP3 di handphone-nya. Alasan mereka membeli handphone dengan fitur tersebut hampir sama. Seperti yang dikatakan Fani Ariyanti (21 th), mahasiswi komunikasi semester VI, "... kalau gak ada MP3-nya, ngapain juga dibeli. Aku kan suka dan hobi dengerin musik". Hal yang sama juga dikatakan oleh Byby (20 th), mahasiswa komunikasi semester IV, dia mengatakan " I like music, music is my life". Berbeda dengan alasan Nur Afni Rahman (19 th), mahasiswi komunikasi semester IV, " aku suka mendengarkan musik, untuk memecah kebosanan, apalagi diwaktu senggang".

Dari pernyataan-pernyataan diatas sangat jelas bahwa mereka tidak hanya membutuhkan fungsi dasar handphone sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup. Fitur kamera, MP3 dan lain sebagainya pada mulanya bukanlah fungsi dasar dari alat komunikasi tersebut melainkan hanya sebagai fitur tambahan untuk menarik minat konsumen ditengah persaingan handphone yang semakin ketat.

Kedua, ada mahasiswa yang tidak terlalu membutuhkan fitur standar pada handphone. Sebagian mahasiswa merasa tidak membutuhkan sama sekali fitur-fitur tersebut. Ada juga mahasiswa yang bukan karena keinginannya mereka mempunyai handphone dengan fitur standart. Mereka mengaku diberi atau dibelikan orang tua sehingga mau tidak mau mereka harus memakainya. Seperti yang dikatakan Vita Fitriani (19 th), mahasiswi komunikasi semester IV, " aku dibelikan ortu, jadi ya tinggal pake aja...". Berbeda dengan pernyataan Alik terzaghi Al Hakim (19 th), mahasiswa komunikasi semester II, " gak penting lengkap atau tidaknya, yang penting bisa dibuat telepon dan sms ". Hal yang sama juga dikatakan oleh M Rifa'I (19 th), mahasiswa komunikasi semester II, " meskipun gak ada fitur-fitur itu, yang penting bisa dipake sms dan telepon. Itu intinya". Untuk memahami hal tersebut diatas secara lebih mendalam, maka disajikan tabel terkait indicator variable X (fitur handphone) berikut ini:

Tabel 3.2 Scoring Jawaban Responden Per Item Terkait Variabel X (Fitur Handphone)

				Va	riable X(Fit	ur Ha	ndph	one)				
Item	Se	emeste	er II		Se	Semester IV					er VI	
soal	Jawaban	Sco	ring	g %	Jawaban	Sco	ring	%	Jawaban	Sco	ring	%
1	Ya	38	76	95	Ya	28	56	87.50	Ya	22	44	72.13
	Tidak	4	4	5	Tidak	8	8	12.50	Tidak	17	17	27.8
				100%			1	100%				100%
2	Ya	39	78	96.30	Ya	32	64	94.12	Ya	31	62	88.57
	Tidak	3	3	3.70	Tidak	4	4	5.88	Tidak	8	8	11.43
				100%				100%				100%
3	Ya	16	32	55.17	Ya	22	44	75.86	Ya	17	34	60.7
	Tidak	26	26	44.83	Tidak	14	14	24.14	Tidak	22	22	39.29
		<u> </u>		100%				100%				100%
4	Ya	38	76	95	Ya	30	60	90.90	Ya	30	60	86.96
	Tidak	4	4	5	Tidak	6	6	9.10	Tidak	9	9	13.04
				100%				100%				100%
5	Ya	24	48	72.73	Ya	20	40	71.43	Ya	31	62	88.57
	Tidak	18	18	27.27	Tidak	16	16	28.57	Tidak	8	8	11.43
				100%				100%				100%
6	Ya	37	74	93.75	Ya	30	60	90.90	Ya	36	72	96
	Tidak	5	5	6.25	Tidak	6	6	9.10	Tidak	3	3	4
				100%				100%				100%
7	Ya	27	54	78.26	Ya	22	44	75.86	Ya	31	62	88.5
	Tidak	15	15	21.74	Tidak	14	14	24.14	Tidak	8	8	11.43

				100%				100%				100%
8	Ya	33	66	88	Ya	23	46	77.97	Ya	35	70	94.59
	Tidak	9	9	12	Tidak	13	13	22.03	Tidak	4	4	5.41
				100%				100%				100%
9	Ya	25	50	74.63	Ya	22	44	75.86	Ya	33	66	91.67
	Tidak	17	17	25.37	Tidak	14	14	24.14	Tidak	6	6	8.33
				100%				100%				100%
10	Ya	41	82	98.80	Ya	26	52	83.87	Ya	39	78	100
	Tidak	1	1	1.20	Tidak	10	10	16.13	Tidak	0	0	0
				100%				100%				100%

Table 3.3

Total Scoring Jawaban Responden

Terkait Variabel X (Fitur Handphone)

Item	Jawaban	So	ore Semes	ter	Jumlah	Dalam	Total
Soal		П	IV	VI	Score	%	1 1 1 1 1 1 1 1 1 1
1	Ya	74	56	44	174	85.71	100%
	Tidak	lak 4 8	8	17	29	14.29	
2	Ya	78	64	62	204	93.15	100%
	Tidak	3	4	8	15	6.85	
3	Ya	32	44	34	110	63.95	100%
	Tidak	26	14	22	62	36.05	
4	Ya	76	60	60	196	91.16	100%
	Tidak	4	6	9	19	8.84	
5	Ya	48	40	62	150	78.13	100%
	Tidak	18	16	8	42	21.87	
6	Ya	75	60	72	207	93.67	100%
	Tidak	5	6	3	14	6.33	
7	Ya	54	44	62	160	81.22	100%

	Tidak	15	14	8	37	18.78	
8	Ya	66	46	70	182	86.67	100%
	Tidak	9	13	4	28	13.33	
9	Ya	50	44	66	160	81.22	100%
	Tidak	17	14	6	37	18.78	
10	Ya	82	52	78	212	95.07	100%
	Tidak	1	10	0	11	4.93	

Mencermati kedua tabel diatas, bisa dikatakan bahwa tingkat kebutuhan mahasiswa terhadap fitur handphone berbeda. Misalnya tidak semua mahasiswa mengaku membutuhkan semua fitur standar tersebut. Ada sebagian yang memang memerlukan kamera atau MP3 tetapi tidak memerlukan radio karena tidak suka dengan acaranya. Bahkan ada juga yang tidak membutuhkan SMS karena mereka beralasan telepon lebih praktis daripada SMS. Terkadang ada juga yang meskipun memiliki handphone dengan fitur standard an lengkap, namun mereka jarang menggunakan fitur-fitur tersebut. Hal tersebut juga bisa dikarenakan oleh tingkat minat atau kesenangan responden terhadap fitur tersebut berbeda-beda. Berkaitan dengan gaya hidup mahasiswa, berikut akan disajikan scoring jawaban terkait indicator variable Y:

Tabel 3.4
Scoring Jawaban Responden Per Item
Terkait Variabel Y (Gaya Hidup)

Variable Y (Gaya Hidup)														
Item	Se	meste	er II		Semester IV				Se	meste	r VI			
soal	Jawaban	Scor	ring	%	Jawaban	Sco	ring	%	Jawaban	Sco	ring	%		
1	Ya	34	68	89.47	Ya	27	54	85.71	Ya	37	74	97.37		
	Tidak	8	8	10.53	Tidak	9	9	14.29	Tidak	2	2	2.63		
				100%				100%				100%		

2	Ya	27	54	78.26	Ya	21	42	73.68	Ya	27	54	81.82
	Tidak	15	15	21.74	Tidak	15	15	26.32	Tidak	12	12	18.18
				100%				100%				100%
3	Ya	7	14	28.57	Ya	14	28	56	Ya	16	32	58.18
	Tidak	35	13	71.43	Tidak	22	22	44	Tidak	23	23	41.82
				100%	-			100%				100%
4	Ya	13	26	47.27	Ya	17	34	64.15	Ya	17	34	60.71
	Tidak	29	29	52.73	Tidak	19	19	35.85	Tidak	22	22	39.29
				100%				100%				100%
5	Ya	35	70	90.90	Ya	28	56	87.50	Ya	33	66	91.67
	Tidak	7	7	9.10	Tidak	8	8	12.50	Tidak	6	6	8.33
				100%				100%				100%
6	Ya	9	18	35.29	Ya	15	30	58.82	Ya	15	30	55.56
	Tidak	33	33	64.71	Tidak	21	21	41.18	Tidak	24	24	44.44
	-			100%				100%				100%
7	Ya	23	46	70.77	Ya	24	48	80	Ya	23	46	74.19
	Tidak	19	19	29.23	Tidak	12	12	20	Tidak	16	32	25.81
				100%				100%				100%
8	Ya	35	70	90.90	Ya	28	56	87.50	Ya	34	68	93.15
	Tidak	7	7	9.10	Tidak	8	8	12.50	Tidak	5	5	6.85
				100%				100%				100%
9	Ya	16	32	55.17	Ya	23	46	77.97	Ya	17	34	60.71
	Tidak	26	26	44.83	Tidak	13	13	22.03	Tidak	22	22	39.29
				100%		1		100%				100%
10	Ya	25	50	74.63	Ya	25	50	81.97	Ya	30	60	86.96
	Tidak	17	17	25.37	Tidak	11	11	18.03	Tidak	9	9	13.04
				100%				100%				100%

Table 3.5 Total Scoring Jawaban Responden Terkait Variabel Y (Gaya Hidup)

Item Soal	Jawaban	Sc	ore Semes	ter	Jumlah	Dalam	Total %
		П	IV	VI	Score	%	
1	Ya	68	54	74	196	91.16	100%
	Tidak	8	9	2	19	8.84	

2	Ya	54	42	54	150	78.13	100%
	Tidak	15	15	12	42	21.87	
3	Ya	14	28	32	74	48.05	100%
	Tidak	35	22	23	80	51.95	
4	Ya	26	34	34	94	57.32	100%
	Tidak	29	19	22	70	42.68	
5	Ya	70	56	66	192	90.14	100%
	Tidak	7	8	6	21	9.86	
6	Ya	18	30	30	78	50	100%
	Tidak	33	21	24	78	50	
7	Ya	46	48	46	140	74.87	100%
	Tidak	19	12	16	47	25.13	
8	Ya	70	56	68	194	90.65	100%
	Tidak	7	8	5	20	9.35	
9	Ya	32	46	34	112	64.74	100%
	Tidak	26	13	22	61	35.26	
10	Ya	50	50	60	160	81.22	100%
	Tidak	17	11	9	37	18.78	

Mencermati kedua tabel diatas, dapat dikatakan bahwa tingkat minat atau kesenangan responden terhadap fitur handphone berbeda-beda. Dapat dijelaskan bahwa pada item soal pertama, yang menanyakan tentang fitur Short Messages Service (SMS), mahasiswa semester II, IV, dan VI member jawaban yang hampir sama. Pada table 3.4 tercatat 89.47 % responden dari semester II menjawab YA dan 10.53% menjawab TIDAK. Dari responden semester IV, sebanyak 85.71% menjawab YA dan 14.29% menjawab TIDAK. Sedangkan dari responden semester VI, sebanyak 97.37% memilih jawaban YA dan 2.63 % responden lainnya menjawab TIDAK. Artinya bahwa

sebagian besar mahasiswa memilih dan menyukai fitur ini untuk berkomunikasi dengan orang lain.

Pada item soal kedua menanyakan tentang intensitas ber-SMS melalui handphone. Item ini memiliki hasil jawaban yang hampir sama dengan item soal pertama. Pada table 3.4 tercatat 78.26 % responden dari semester II menjawab YA dan 21.74 menjawab TIDAK. Dari semester IV, sebanyak 73.68% responden menjawab YA dan 26.32% menjawab TIDAK. Sedangkan dari responden semester VI, 81.82% memilih jawaban YA dan 18.18% responden menjawab TIDAK. Artinya intensitas ber-SMS yang dilakukan oleh mahasiswa cukup tinggi. Hal ini terbukti, meskipun mereka melakukan suatu aktifitas, mereka tetap dan masih melakukan kebiasaan ber-SMS melalui handphone mereka.

Item soal ketiga menanyakan tentang penggunaan fitur radio pada handphone. Pada item ini memiliki hasil jawaban yang berbeda di tiap semester. Pada table 3.4 tercatat 28.57% responden dari semester II menjawab YA dan 71.43% menjawab TIDAK. Hal ini menunjukkan bahwa pada mahasiswa semester II kurang tertarik dengan fitur radio pada handphone. Meskipun handphone mereka dilengkapi dengan fitur radio, tetapi mereka jarang menggunakannya. Dalam hal ini mereka memiliki alasan yang berbeda-beda, salah satu diantaranya karena mereka kurang menyukai program-program siaran pada radio. Berbeda dengan hasil jawaban dari responden dari semester IV. Tercatat 56% responden memberi jawaban YA dan 44% lainnya memberi jawaban TIDAK. Hal ini menunjukkan tingkat

minat penggunaan fitur radio pada handphone oleh mahasiswa semester IV adalah cukup. Sedangkan responden dari semester VI, yang memberikan jawaban YA sebanyak 58.18% dan yang memberikan jawaban TIDAK sebanyak 41.82%. Hal ini menunjukkan tingkat minat penggunaan fitur radio pada handphone oleh mahasiswa semester VI adalah cukup.

Item soal keempat menanyakan tentang pemakaian headset/earphone ketika memanfaatkan fitur radio. Item ini memiliki hasil jawaban yang berbeda dari tiap semesternya. Pada table 3.4tercatat 47.27% responden dari semester II manjawab YA dan 52.73% menjawab TIDAK. Dapat dikatakan bahwa tingkat penggunaan headset/earphone pada mahasiswa semester II adalah kurang. Dalam hal ini mereka memiliki alasan tersendiri. Salah satu diantaranya mereka tidak memerlukan headset/earphone ketika menggunakan fitur radio yang terdapat pada handphone mereka. Berbeda dengan hasil jawaban pada semester IV. Sebanyak 64.15% responden menjawab YA dan 35.85% responden menjawab TIDAK. Artinya tingkat pemakaian headset/earphone ketika menggunakan fitur radio adalah cukup. Sedangkan responden dari semester VI, yang memberikan jawaban YA sebanyak 60.71% dan yang memberikan jawaban TIDAK sebanyak 39.29%. menunjukkan tingkat pemakaian headset/earphone untuk fitur radio oleh mahasiswa semester VI adalah cukup.

Mencermati item soal kelima, yang menanyakan tentang penggunaan handphone untuk mendengarkan musik melalui MP3. Hampir sebagian besar mahasiswa semester II, IV, dan VI hobi mendengarkan musik melalui MP3

pada handphone. Hal tersebut dapat dilihat pada table 3.4, tercatat 90.90% responden dari semester II menjawab YA dan 9.10% menjawab TIDAK. Sebanyak 87.50% responden dari semester IV menjawab YA dan 12.50 responden menjawab TIDAK. Sedangkan dari responden semester VI 91.67% responden menjawab YA dan 8.33% responden menjawab TIDAK. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan fitur MP3 pada mahasiswa komunikasi sangat tinggi.

Pada item soal keenam menanyakan tentang penggunaan headset/earphone ketika mendengarkan MP3 melalui handphone. Jawaban pada item ini hampir sama dengan jawaban pada item soal keempat. Item ini memiliki hasil jawaban yang berbeda dari tiap semesternya. Pada table 3.4 tercatat 35.29% responden dari semester II memberi jawaban YA dan sisanya sebanyak 64.71% memberi jawaban TIDAK. Mereka yang memberi jawaban TIDAK beralasan penggunaan headset/earphone dapat menganggu kesehatan pendengaran kita. Ada pula yang beralasan ingin mendengarkan musik bersama teman-teman sehingga tidak memerlukan headset, dan lain sebagainya. Pada semester IV tercatat 58.82% responden jawaban YA dan sebanyak 41.18% responden memberikan jawaban TIDAK. Hal menuniukkan tingkat penggunaan headset/earphone mendengarkan MP3 adalah rata-rata. Sedangkan pada mahasiswa semester VI yang memberikan jawaban YA sebanyak 48.05% dan yang memberikan jawaban TIDAK sebanyak 51.95%. Hal ini menunjukkan tingkat pemakaian headset/earphone untuk fitur radio oleh mahasiswa semester VI kurang.

Pada item soal ketujuh menanyakan tentang intensitas penggunaan fitur kamera pada handphone. Pada table 3.4 tercatat sebanyak 70.77% responden dari semester II menjawab YA dan 29.23% responden menjawab TIDAK. Dari responden semester IV, sebanyak 80% reponden menjawab YA dan sebanyak 20% responden menjawab TIDAK. Sedangkan dari responden semester VI, sebanyak 74.19% memberikan jawaban YA dan sebanyak 25.81% responden memberikan jawaban TIDAK. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan fitur kamera pada handphone ooleh mahasiswa komunikasi cukup tinggi. Responden memiliki alasan tersendiri dalam menjawabnya. Bagi responden yang menjawab YA hampir memiliki alasan yang sama yakni mereka selalu menggunakan fitur handphone untuk mengabadikan gambar di tiap situasi, sehingga menurut mereka fitur kamera harus ada pada handphone. Bagi mereka handphone bisa dijadikan sebagai alat dokumentasi yang flexible, bisa dipakai kapan saja dan dimana saja. Berbeda dengan alasan responden yang memberikan jawaban TIDAK. Mereka beralasan kualitas gambar yang dihasilkan dari kamera handphone kurang maksimal. Mereka lebih menyukai memakai kamera digital daripada memakai kamera handphone.

Pada item soal kedelapan menanyakan tentang pemanfaatan koneksi internet pada handphone. Pada item ini dikhususkan pemanfaatan koneksi internet untuk situs-situs jejaring sosial seperti Facebook, YM, dan Twitter. Pada tabel 3.4 tercatat 90.90% responden dari semester II menjawab YA dan 9.10% responden menjawab TIDAK. Dari responden semester IV, sebanyak 87.50% responden menjawab YA dan sebanyak 12.50% responden menjawab

TIDAK. Sedangkan dari responden semester VI, tercatat 93.15% responden menjawab YA dan 6.85% responden menjawab TIDAK. Hal ini membuktikan bahwa tingkat penggunaan koneksi internet pada handphone tinggi. Mayoritas mahasiswa yang memberikan jawaban YA menyatakan bahwa mereka tidak mau ketinggalan berita-berita atau status yang ada di situs-situs jejaring sosial tersebut. Mereka ingin tetap eksis dimanapun mereka berada. Bisa dikatakan mereka sudah kecanduan dengan situs-situs tersebut. Sedangkan bagi mahasiswa yang memberikan jawaban TIDAK juga memiliki alasan tersendiri. Meskipun di handphone mereka tersedia fitur koneksi internet, namun mereka tidak menyukai membuka situs-situs tersebut melalui handphone mereka. Mereka beralasan kalau membuka situs-situs tersebut melalui handphone tampilannya kurang maksimal dan *lemot*. Selain itu juga menghabiskan banyak pulsa alias mahal. Mereka lebih memilih menggunakan laptop, notebook, atau komputer dengan modem atau bila perlu ke warnet.

Pada item soal kesembilan menanyakan tentang intensitas penggunaan koneksi internet untuk situs-situs jejaring social. Item soal ini memiliki jawaban yang berbeda ditiap semesternya. Pada tabel 3.4 tercatat 55.17% responden dari semester II manjawab YA dan 44.83% responden menjawab TIDAK. Bisa dikatakan tingkat intensitas dalam penggunaan fitur koneksi internet adalah rata-rata. Berbeda pada mahasiswa semester IV, sebanyak 77.97% responden menjawab YA dan sebanyak 22.03% responden menjawab TIDAK. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat intensitas penggunaan fitur koneksi internet cukup tinggi. Sedangkan pada mahasiswa semester VI, sebanyak 64.74% responden menjawab YA dan sebanyak 35.26% menjawab

TIDAK. Hal tersebut menunjukkan intensitas penggunaan internet untuk situssitus jejaring social yang dilakukan oleh mahasiswa semester VI cukup tinggi. Responden dari semester II, IV, dan VI yang memberikan jawaban YA memiliki alasan yang rata-rata hampir sama, yakni untuk menghilangkan rasa jenuh dan bosan ketika melakukan aktifitas. Maksudnya, mereka tetap dan masih membuka situs-situs tersebut melalui handphone mereka meskipun mereka sedang beraktifitas. Bahkan ada beberapa responden yang mengaku sering membuka situs-situs tersebut ketika sedang kuliah dan bosan mendengarkan penjelasan Dosen. Responden yang memberikan jawaban TIDAK juga memiliki alasan tersendiri. Mereka beralasan meskipun mereka pernah membuka situs-situs tersebut melalui handphone, namun mereka menyesuaikan dengan kondisi. Jadi hanya diwaktu luang mereka menggunakan fitur tersebut.

Pada item soal kesepuluh juga menanyakan tentang pemanfaatan koneksi internet pada handphone. Namun pada item ini dikhususkan pemanfaatan koneksi internet untuk browsing mencari artikel, informasi ataupun berita. Pada tabel 3.4 tercatat 74.63% responden dari semester II menjawab YA dan 25.37% responden menjawab TIDAK. Dari responden semester IV, sebanyak 81.97% responden menjawab YA dan sebanyak 18.03% responden menjawab TIDAK. Sedangkan dari responden semester VI, tercatat 86.96% responden menjawab YA dan 13.04% responden menjawab TIDAK.. Responden dari semester II, IV, dan VI yang memberikan jawaban YA memiliki alasan yang rata-rata hampir sama. Menurut mereka mencari artikel atau berita lewat koneksi internet pada handphone dirasa lebih praktis

dan lebih cepat. Selain itu bisa membantu kita jika kita sedang membutuhkan artikel atau berita sewaktu-waktu. Bahkan ada beberapa responden yang mengaku memanfaatkan fitur tersebut untuk mancari bahan untuk tugas kuliah atau untuk mencari jawaban sewaktu ujian. Berbeda dengan responden yang memberikan jawaban TIDAK. Mereka juga memiliki alasan tersendiri. mereka mengaku jarang atau bahkan tidak pernah memanfaatkan fitur koneksi internet pada handphone mereka untuk mencari artikel atau berita. Hal ini disebabkan karena mereka memang tidak menyukainya. Mereka lebih menyukai membuka situs-situs jejaring social seperti Facebook, YM, atau Twitter. Mereka juga cenderung memilih untuk mendengarkan musik melalui fitur MP3 yang tersedia di handphone mereka.

Untuk melengkapi penjelasan dari tabel dan gambar terhadap gaya hidup mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi, maka peneliti menyajikan pendalaman jawaban responden secara kualitatif yang dapat dilihat dari tabel sebagai berikut:

Tabel 3.6

Pendalaman Jawaban Responden

Terkait Variabel Y (Gaya Hidup)

No	Kategori Indikator variabel Y	Item pertanyaan yang terdapat pada kuesioner	Scoring jawaban YA	Scoring Jawaban TIDAK	Total Scoring
1.	Kebiasaan SMS	1,2	346	61	407
			85.01%	14.99%	100%

Pendalaman:

Jika dilihat dari hasil prosentase diatas gambaran tingkat kebiasaan ber-SMS yang dilakukan oleh mahasiswa ilmu komunikasi fakultas dakwah bisa dikatakan cukup. Terbukti sebanyak 85.01% responden menjawab YA dan 14.99% responden menjawab TIDAK. Bisa dikatakan kebiasaan ber-SMS sudah menjadi hobi bahkan sudah menjadi teman hidup di lingkungan mahasiswa. Sebagian besar mahasiswa bahkan melakukan aktifitas sambil melakukan kebiasaan ini. Selain berkomunikasi dengan orang lain melalui telepon, kita juga bisa komunikasi dengan orang lain melalui SMS. Berkomunikasi melalui SMS lebih hemat dan lebih bisa menjangkau beberapa orang sekaligus. Keadaan ini semakin dipicu oleh berbagai macam iklan provider sim card di media massa yang semakin hari semakin menggila dalam mempromosikan produk-produk mereka guna mendapatkan konsumen sebanyak mungkin. Cara komunikasi seperti ini cukup efektif bila kita ingin memberikan informasi tertentu kepada beberapa orang sekaligus. Meskipun cara berkomunikasi semacam ini cukup banyak memiliki keuntungan, namun ada juga mahasiswa yang tidak menyukai komunikasi semacam ini. Mereka lebih menyukai komunikasi melalui telepon daripada melalui sms. Alasannya disamping ribet harus mengetik kalimat, jaringan provider sering lambat alias pending.

Terkait dengan factor yang mempengaruhi gaya hidup, kebiasaan gaya hidup ber-SMS dapat disebabkan oleh kebutuhan individu untuk dapat berkomunikasi dengan orang-orang di sekitarnya, baik itu berbicara langsung melalui telepon atau dengan hanya mengirim pesan melalui sms. Seseorang

yang ingin berkomunikasi dengan orang lain namun terhalang oleh kondisi, waktu dan jarak, dapat atau bahkan harus melakukan komunikasi dengan cara sms ataupun telepon.

2.	Mendengarkan	3,4	168	150	318
	radio		52.83%	47.17%	100%
	menggunakan				
	headset/earphone				

Pendalaman:

Ketika melihat angka prosentase di atas, tercatat 52.83% responden menjawab YA dan 47.17% responden menjawab TIDAK. Hal ini menunjukkan bahwa mendengarkan radio dengan menggunakan headset/earphone cukup diminati oleh mahasiswa komunikasi. Bagi responden yang memberikan jawaban YA, radio merupakan kebutuhan sehari-hari. Dari radio mereka bisa mendapatkan berbagai informasi sekaligus bisa mendengarkan musik sesuai dengan keinginan. Mendengarkan radio dengan menggunakan headset /earphone dipilih oleh responden karena dirasa lebih fokus dan lebih mudah untuk mendengarkan berita yang mereka cari. Selain itu mereka tidak ingin menganggu orang lain yang mungkin tidak suka dengan saluran radio yang mereka pilih. Sedangkan bagi responden yang memberikan jawaban TIDAK mempunyai alasan bahwa menggunakan headset/earphone saat mendengarkan radio sangat ribet dan dapat merusak kesehatan telinga. Selain itu, fitur radio pada handphone mereka tetap bisa dipakai meskipun tidak menggunakan headset.

Dari alasan-alasan diatas terdapat factor-faktor yang mempengaruhi gaya

hidup mahasiswa. Factor yang pertama karena kebutuhan. Mereka menggunakan radio karena dalam keseharian mereka butuh akan informasi dan hiburan. Yang kedua karena perkembangan teknologi. Perkembangan teknologi handphone memberikan kemudahan bagi pemilik dalam memanfaatkan fitur-fitur yang ada pada handphone mereka.

3.	Mendengarkan	5,6	270	99	369
	MP3		73.17%	26.83%	100%
	menggunakan				
	headset/earphone				

Pendalaman:

Mencermati angka prosentase diatas, hampir sebagian besar responden gemar mendengarkan MP3. Mendengarkan music semacam sudah menjadi kebutuhan dan teman hidup mereka karena dengan itu mereka dapat menghilangkan rasa penat ketika menjalani aktifitas. Tercatat 73.17% responden menjawab YA dan 26.83% responden menjawab tidak. Responden yang memberikan jawaban YA mengaku lebih memilih mendengarkan MP3 menggunakan headset/earphone karena dirasa lebih lebih nyaman untuk mendengarkan music, apalagi musik-musik yang didengar adalah lagu-lagu favorit mereka yang belum tentu orang lain juga suka. Sedangkan bagi mereka yang memberikan jawaban TIDAK memberikan alasan bahwa mereka lebih menyukai mendengarkan MP3 bersama teman-teman mereka, apalagi disaat mereka sedang berkumpul dengan teman-teman. Jadi mereka tidak memerlukan headset/earphone untuk mendengarkan MP3.

Terkait dengan factor gaya hidup, mendengarkan MP3 sudah menjadi

kebutuhan bagi mahasiswa. Faktor pergaulan lingkungan juga dapat menjadi penentu gaya hidup mahasiswa.

4.	Menggunakan	7,8	334	67	401
	kamera		83.29%	16.71%	100%

Pendalaman:

Ketika melihat angka prosentase tercatat 83.29% responden menjawab YA dan 16.71% responden menjawab TIDAK hal ini menunjukkan bahwa tingkat penggunaan kamera oleh responden menunjukkan angka yang cukup tinggi . Hal ini dapat disebabkan karena sebagian besar pola perilaku responden terhadap suatu obyek sangat berlebihan. Ini terlihat pada alasan-alasan responden yang mengaku menggunakan fitur kamera sebagai ajang *narsis-narsisan* yang sepertinya kurang begitu pokok. Hanya sedikit dari mereka yang memanfaatkan kamera sebagaimana mestinya. Mereka mengaku ketika tidak membawa kamera digital, mereka menggunakan kamera untuk mengambil gambar guna dijadikan tugas berita atau dokumentasi fotografi. Bagi mereka handphone merupakan alat dokumentasi sehari-hari yang fleksibel.

Dari penjelasan diatas dapat dikatakan bahwa gaya hidup dapat dipengaruhi oleh sikap individu. Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh kebiasaan dan lingkungan sosialnya.

5.	Facebook-an	9	112	61	173
			64.74%	35.26%	100%

Pendalaman:

Melihat angka prosentase di atas, minat mahasiswa untuk ber-Facebook melalui handphone cukup tinggi. Hal ini terlihat dari hasil jawaban responden diatas. Tercatat sebesar 64.74% responden menjawab YA dan 32.26% responden lainnya menjawab TIDAK. Bagi responden yang memberikan jawaban YA, ber-Facebook melalui handphone sudah menjadi kebiasaan dan kebutuhan hidup sehari-hari. Bisa dikatakan tiada hari tanpa Facebook. Bahkan ada beberapa dari mereka yang ber-facebook ketika sedang kuliah. Sedangkan responden yang memberikan jawaban tidak juga memiliki alasan tersendiri. mereka beralasan kalau membuka Facebook melalui handphone kurang memuaskan, gambar kurang jelas karena keterbatasan layar, dan lain sebagainya.

Kebiasaan ber-Facebook melalui handphone bisajuga di picu oleh pergaulan yang menyebabkan mereka berperilaku demikian. Memperbanyak pertemanan juga menjadi salah satu alasan mereka. Mereka tidak ingin ketinggalan berita, status, dan komentar-komentar dari teman-teman FB-nya. Kelompok dimana seseorang menjadi anggota turut memberikan pengaruh langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapkan individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

6.	Browsing	10	160	37	197
			81.22%	18.78%	100%

Pendalaman:

Secara umum mahasiswa prodi ilmu komunikasi fakultas dakwah membutuhkan fitur internet pada handphone mereka untuk melakukan browsing. Hal itu dapat terlihat dari hasil prosentase di atas, yakni sebesar 81.22% responden menjawab YA. Kebutuhan untuk browsing bermacammacam. Diantara 81.22% sekitar 64.74% responden menggunakannya untuk membuka situs jejaring social. Ada juga yang menggunakannya untuk mencari artikel-artikel sebagai bahan tugas. Menurut responden, fitur ini sangat membantu mereka dalam menyelesaikan tugas-tugas kuliah, karena fitur internet pada handphone sangat praktis, tidak ribet. Jika sewaktu-waktu mereka membutuhkan untuk mencari artikel, mereka tidak perlu repot-repot dating ke warnet, cukup dari handphone saja. Hal ini terkait dengan beberapa factor. Yang pertama adalah sikap dari mahasiswa itu sendiri. Mereka menginginkan hal-hal yang bersifat mudah, simple, dan praktis. Berbeda dengan alasan 18.78% responden yang menjawab TIDAK. Menurut mereka browsing melalui handphone kapasitasnya sangat terbatas dan juga mahal. Bagi mahasiswa yang notabene orang kaya, tidak jadi soal kalau urusan biaya. Namun berbeda dengan mahasiswa dari kelas rata-rata. Urusan biaya juga akan mereka pertimbangkan.

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Pengujian Hipotesis

Berdasarkan kuesioner yang disebar kepada 128 responden, ternyata peneliti dapat menerimanya kembali sebanyak 118 kuesioner. Meskipun demikian, hal tersebut tidak akan merubah kevalidan data dan sampel yang digunakan masih representative. Dari proses editing, yaitu data yang telah dikumpulkan dilakukan pemilahan-pemilahan untuk menjaga validitas, reliabilitas dan akurasinya, dilanjutkan dengan proses Coding dan Scoring, yaitu dari data yang telah diedit tersebut dilakukan pemberian kode dan skor sesuai dengan klasifikasi data yang telah ditentukan. Setelah itu dilakukan entry data, yakni dari data yang telah diedit serta diberikan kode dan skor tersebut dientry dengan menggunakan analisis statistic melalui program SPSS 14 for Windows. Hasil analisis tersebut dapat dipaparkan sebagai berikut:

Tabel 4.1
Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
gaya hidup mahasiswa	15.8814	2.37929	118
fitur handphone	17.4915	2.34519	118

Pada tabel Descriptive Statistics, memberikan informasi tentang mean, standart deviasi, banyaknya data dari variabel-variabel independent dan dependent.

- ➤ Rata-rata (mean) gaya hidup mahasiswa dengan jumlah 118 subyek adalah 15.8814, dengan standart deviasi 2.37929.
- Rata-rata (mean) fitur handphone dengan jumlah 118 subyek adalah 17.4915, dengan standart deviasi 2.34519.

Tabel 4.2 Correlations

		gaya hidup mahasiswa	fitur handphone
Pearson Correlation	gaya hidup mahasiswa	1.000	.596
	fitur handphone	.596	1.000
Sig. (1-tailed)	gaya hidup mahasiswa		.000
	fitur handphone	.000	
N	gaya hidup mahasiswa	118	118
	fitur handphone	118	118

Pada tabel Correlation, memuat korelasi/hubungan antara variabel gaya hidup dengan fitur handphone.

- ➤ Dari tabel tersebut dapat dilihat besarnya korelasi 0.596 dengan signifikansi 0.000. karena signifikansi < 0.05, maka Ho ditolak, yang berarti Ha diterima. Artinya ada hubungan yang signifikan antara gaya hidup dengan fitur handphone.
- ➤ Berdasarkan harga koefisien korelasi yang positif yaitu 0.596, maka arah hubungannya adalah positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi fitur handphone yang dimiliki, maka akan semakin tinggi pula tingkat gaya hidup mahasiswa, dan sebaliknya.

Tabel 4.3

Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	fitur handphone(a)		Enter

a All requested variables entered.

Pada tabel Variables Entered, menunjukkan variabel yang dimasukkan adalah variabel fitur handphone dan tidak ada variabel yang dikeluarkan, karena metode yang digunakan adalah metode enter.

Tabel 4.4 Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.596(a)	.355	.349	1.91934	1.647

a Predictors: (Constant), fitur handphone

Kesalahan standart estimasi penelitian ini adalah (Se) sebesar 1.91934. Nilai Durbin Watson adalah 1.647. Nilai Durbin Watson digunakan untuk menentukan uji autokorelasi dengan ketentuan apabila nilai Durbin Watson di bawah 5, maka tidak terjadi autokorelasi, Jika dipaparkan secara lebih detail, auto korelasi merupakan gejala terjadinya korelasi diantara data pengamatan, karena data dipengaruhi oleh data sebelumnya. Uji Autokorelasi dilakukan dengan menggunakan Durbin-

b Dependent Variable: gaya hidup mahasiswa

b Dependent Variable: gaya hidup mahasiswa

Watson. Untuk dapat mengatakan bahwa persamaan regresi memenuhi syarat Autokorelasi, maka dapat mengacu pada tabel berikut ini:

Tabel 4.5 Interpretasi Nilai Autokorelasi

Dw (Durbin Watson)	Kesimpulan
Kurang dari 0,697	Ada autokorelasi
0,697 s/d 1,641	Tanpa kesimpulan
1,641 s/d 2,359	Tidak ada autokorelasi
2,359 s/d 3,303	Tanpa kesimpulan
Lebih dari 3,303	Ada autokrelasi

Dengan mengacu pada table interpretasi autokorelasi, dan hasil uji auto korelasi menggunakan Durbin Watson yang menunjuk angka 1.647, maka dapat dinyatakan bahwa persamaan regresi penelitian memenuhi syarat, yaitu tidak terjadi autokorelasi (tanpa kesimpulan).

Pada tabel model summary, diperoleh hasil R Square sebesar 0.355, angka ini adalah hasil pengkuadratan dari harga koefisien korelasi, atau 0.596 x 0.596 = 0.355. R Square disebut juga dengan koefisien determinasi, yang berarti 35.5% variabel gaya hidup dipengaruhi oleh variabel fitur handphone. Sisanya 64.5% dipengaruhi oleh variabel yang lainnya. R Square berkisar dalam rentang antara 0 sampai 1. Semakin besar harga R Square maka semakin kuat hubungan kedua variabel.

Tabel 4.6
ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	235.013	1	235.013	63.795	.000(a)

R	esidual	427.326	116	3.684	
Τ,	otal	662.339	117		

a Predictors: (Constant), fitur handphone

Untuk tabel 4.6 Anova menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 63.795 dengan df1 = derajat kebebasan pembilang 1, dan df2 = derajat kebebasan penyebut 116. Pada kolom signifikansi didapat nilai signifikansi sebesar 0,000 yang berarti bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Untuk menguji hipotesis yang diajukan apakah diterima atau ditolak dengan melihat signifikansi, dengan ketentuan penerimaan atau penolakan apabila signifikansi di bawah atau sama dengan 0,05, maka H1 diterima dan H0 ditolak.

Pengujian hipotesis dengan membandingkan F tabel dengan df1, dan df2 116 didapat 3,89 untuk taraf 5 % dan 8,76 untuk taraf 1 %, maka F hitung sebesar 63.795 lebih besar dari F tabel (3,89 dan 8,76), dan H1 diterma dan Ho ditolak, sehingga dapat diberlakukan pada populasi. Nilai F dapat digunakan dalam pengujian untuk mengetahui apakah variasi nilai variabel X (fitur handphone) dapat menjelaskan variasi nilai Y (gaya hidup).

Tabel 4.7
Coefficients(a)

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		В	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.311	1.335		3.977	.000
	fitur handphone	.604	.076	.596	7.987	.000

a Dependent Variable: gaya hidup mahasiswa

b Dependent Variable: gaya hidup mahasiswa

Harga beta nol 5.311 (a) dan harga beta satu (b) adalah 0.604, maka persamaan garis regresi antara fitur handphone dan gaya hidup dapat disusun sebagai berikut :

$$Y = 5.311 + 0.604X$$

Persamaan regresi yang telah ditemukan dapat digunakan untuk melakukan prediksi (estimasi) tentang pengaruh variabel X (fitur handphone) terhadap besarnya perubahan variabel Y (gaya hidup). Misalnya fitur handphone yang diberikan sebesar 1, maka nilai gaya hidup mahasiswa adalah seperti persamaan di bawah ini

$$Y = 5.311 + 0.604 \times 1 = 5.915$$

Melalui persamaan ini dapat dinyatakan bahwa nilai fitur handphone bertambah 1, maka nilai rata-rata gaya hidup mahasiswa akan bertambah 0.604. Jika setiap nilai fitur handphone yang diberikan 10 maka nilai rata-rata gaya hidup akan bertambah sebesar 6.04.

Tabel 4.8
Residuals Statistics(a)

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	11.3540	17.3973	15.8814	1.41727	118
Residual	-4.18864	4.41569	.00000	1.91112	118
Std. Predicted Value	-3.194	1.070	.000	1.000	118
Std. Residual	-2.182	2.301	.000	.996	118

a Dependent Variable: gaya hidup mahasiswa

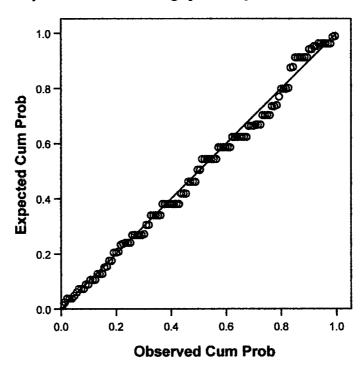
Pada table Residual Statistics, memuat nilai minimum dan maximum, mean, standar deviasi dari predicted valuedan nilai residualnya.

Sedangkan pada table chart plot dibawah ini, memuat gambar plot pada normal probability plot.

Grafik 4.1

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: gaya hidup mahasiswa



B. Pembahasan Hasil Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh variable X (fitur handphone) dengan variable Y (gaya hidup). Untuk mengetahui hal tersebut maka kita bisa melihat dari taraf signifikansinya. Ketentuannya, jika signifikansi di bawah atau sama dengan 0,05, maka Ha diterima dan Ho ditolak. Dari table 4.7 dapat kita lihat bahwa besarnya signifikansi yang tertera pada tabel adalah 0,000. Dengan demikian Ha diterima dan Ho ditolak. Maka kesimpulannya adalah terdapat pengaruh variabel X (fitur handphone) terhadap variabel Y (gaya hidup).

Dari tabel model summary, terdapat 35.5% variable gaya hidup yang dipengaruhi oleh variable fitur handphone, dan sisanya sebesar 64.5% dipengaruhi oleh variable lain. Melihat hal tersebut, dapat dikatakan bahwa gaya hidup seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh variable fitur handphone tetapi juga dipengaruhi oleh variable-variabel yang lain, baik itu berasal dari dalam diri inividu (internal) dan dari luar diri individu (eksternal). Variable internal seperti sikap individu itu sendiri dan motif individu terhadap kebutuhan akan prestise. Sedangkan variable eksternal seperti lingkugan dimana individu tinggal dan menjalani aktifitas sehari-hari, dan juga kelompok referensi yang dapat memberikan pengaruh terhadap individu.

Penjelasan tersebut semakin menguatkan Teori Tanda Baudrillard. Ketika seseorang membeli sebuah barang, yang dilihat bukan lagi use value, melainkan symbolic value. Ketika seseorang membeli handphone tidak hanya melihat fungsi fitur handphone tersebut, melainkan ada factor tanda seperti tanda prestise yang melekat pada objek tersebut.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

➤ Fitur handphone berperan (berpengaruh) terhadap gaya hidup mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi. Dari tabel 4.7 dapat dilihat besarnya signifikansi 0.000. Karena signifikansi < 0.05, maka Ho ditolak, yang berarti Ha diterima. Artinya ada hubungan yang signifikan antara gaya hidup dengan fitur handphone.

Berdasarkan perhitungan R Square (koefisien diterminasi) diperoleh angka 0.355 atau 35.5%, yang berarti besarnya pengaruh variable X (fitur handphone) terhadap perubahan variable Y (gaya hidup) adalah 35.5 %. Sedangkan sisanya 64.5% dipengaruhi oleh variable lain selain variable X yaitu (fitur handphone).

- ➤ Identifikasi faktor pengaruh gaya hidup selain fitur handphone:
 - ✓ Faktor internal, meliputi sikap dan motif. Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya. Sedangkan Motif merupakan perilaku individu yang muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan

kebutuhan terhadap prestise merupakan beberapa contoh tentang motif.

Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan prestise itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

✓ Faktor eksternal, meliputi kelompok referensi dan kelas social. Kelompok referensi adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi dan secara tidak langsung akan dapat berpengaruh terhadap sikap dan perilaku seseorang. Sedangkan kelas social sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.

B. Rekomendasi

- Bagi masyarakat pada umumnya, sebisa mungkin menghindari kehidupan hedonis yang akhirnya bisa membawa masyarakat kedalam kehidupan yang bersifat konsumtif.
- 2. Bagi konsumen handphone pada khususnya, tidak akan melihat suatu obyek berdasarkan simbollic value, melainkan karena use value. Diharapkan menjadi user (pengguna) yang ketika menggunakan suatu obyek memang berdasarkan atas nilai fungsi obyek, bukan menjadi consumer (konsumen) yang selalu mengkonsumsi suatu obyek berdasarkan atas nilai simbol.
- Kiranya perlu untuk lebih bisa mengontrol perilaku mahasiswa ketika berada di dalam kelas, seperti mahasiswa yang ber-Facebook ria ketika

Dosen sedang menyampaikan materi. Hal tersebut diperlukan agar materi yang disampaikan kepada mahasiswa dapat diterima secara maksimal, guna mencetak mahasiswa sesuai dengan visi dan misi Program Studi Ilmu Komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alo Liliweri. 2009. Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya. Yogyakarta: LKIS
- Chris Barker. 2005. Cultural Studies: Teori dan Praktik, Terjemahan Nur Hadi. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- David Chaney. 1996. Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif, Terjemahan Nuraeni. Yogyakarta: Jalasutra
- Evaluasi Diri Program Studi Ilmu Komunikasi.2006.
- George Ritzer. 2003. Teori Sosial Postmodern Terjemahan Muhammad Taufik. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Ibnu Hadjar. 1996. Dasar-Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif Dalam pendIdikan. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Idi Subandi Ibrahim (ed). 1997. Lifestyle Ecstasy: Kebudayaan Pop Dalam Masyarakat Komoditas Indonesia. Yogyakarta: Jala Sutra
- Irawan Soehartono. 1999. Metode Penelitian Sosial. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Jean Baudrillard. 2009. Masyarakat Konsumsi, Terjemahan Wahyunto. Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Koentjaraningrat. 1990. Pengantar Ilmu Antropologi. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Masri Singarimbun. 1989. Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3S
- Mudji Sutrisno dan Hendar Putranto (ed). 2005. *Teori-teori Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius
- Rahmat Kriyantono. 2008. Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Kencana
- Riskiono Slamet, dkk (ed). 2007. Ensiklopedia Iptek: Ensiklopedia Sains Untuk Pelajar dan Umum Jilid 5. Jakarta: Lentera Abadi

Suharsini Arikunto. 2006. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Sutisna. 2002. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT Remaja Rosda Karya

Tim Penyusun Kamus. 2005. Kamus Besar Bahasa Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka

Diktat

Nurdin, Ali. 2008. Metode Penelitian Komunikasi

Muhid, Abdul. 2010. Analisis Statistik SPSS for Windows: Cara Praktis

Melakukan Analisis Statistik. Surabaya: Lembaga Penelitian

IAIN Sunan Ampel

Internet

Abdi Yanto, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup ", dalam http://softskiilperilakukonsumen.blogspot.com/2010/12/faktor-faktor-yang-mempengaruhi-gaya.html

Aulia Rahman, "Berkat Mereka Kita Dapat Menggunakan Handphone" dalam Pipitsetyowinanto, "Jenis-Jenis Handphone" dalam http://pipitsetyowinanto.wordpress.com/2010/08/01/perkembangan/

Budaya Konsumerisme dalam http://sosbud.kompasiana.com/2010/01/22/budaya-konsumerisme/

http://6arra.wordpress.com/2010/07/14/berkat-mereka-kita-dapat-menggunakan-handphone/

http://bloginformasiteknologi.blogspot.com/2009/07/fitur-itu-apa-ya.html http://www.transparencynow.com/advertise.html

http://dakwah.sunan-ampel.ac.id

Maulanakurnia, "Jean P. Baudrillard Masyarakat Konsumsi Dan Mcdonaldisasi" dalam http://fisip.uns.ac.id/blog/maulanakurnia/2010/11/01/jean-p-baudrillard-masyarakat-konsumsi-dan-mcdonaldisasi/

"Posmodernisme dan Budaya Konsumen" dalam http://undip.ac id

Sandi Tias, "handphone bagi kehidupan remaja" dalam http://www.ubb.ac.id/menulengkap.php?judul=Handphone%20bagi%20Kehid upan%20Remaja&&nomorurut_artikel=373