

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Proses perkembangan zaman dan globalisasi yang terus maju pada saat ini tidak dipungkiri lagi akan membawa dampak yang begitu besar bagi pertumbuhan teknologi dan perubahan pada manusia. Di antaranya salah satu bidang yang memiliki kemajuan ialah teknologi informasi. Hal ini dibuktikan dengan munculnya berbagai inovasi perangkat telekomunikasi dengan teknologi yang begitu canggih. Kemunculan teknologi telekomunikasi ini juga didorong oleh kebutuhan manusia untuk menghadapi berbagai persoalan dan berusaha diselesaikan dalam waktu cepat dan singkat. Dahulu pada abad ke-17 atau 18, di era zaman Yunani, Romawi dan Tiongkok mengakses informasi lewat komunikasi yang dilakukan melalui burung merpati dan sistim pos berkuda untuk mengantarkan pesan informasi hanya digunakan oleh para pejabat dan tidak tersedia bagi rakyat biasa.

Zaman dan teknologi saat ini telah memudahkan semua kalangan masyarakat mengakses informasi baik melalui media cetak maupun media digital. Kemunculan globalisasi juga mengurangi batas tempat dan waktu dalam memperoleh informasi. Dengan kemajuan teknologi maka perusahaan-perusahaan alat komunikasi menawarkan berbagai jenis produk baru dengan inovasi yang berbeda pada produk-produk sebelumnya. Persaingan dari setiap produk antar merek yang semakin

meningkat mengakibatkan setiap konsumen dapat memilih variasi merek dengan produk yang lebih berkualitas (Widhiarta, 2015:1).

Dilihat dari perkembangan telepon genggam yang awalnya memiliki kelebihan berupa alat komunikasi nirkabel kemudian berkembang dari sekadar menelpon dan mengirim pesan, maka pada perkembangan berikutnya muncul *smartphone (ponsel pintar)*. *Smartphone* adalah sebuah perangkat yang dapat digunakan untuk melakukan komunikasi seperti menelpon atau mengirim pesan singkat, juga di dalamnya terdapat fungsi *personal digital assistant (PDA)* dan memiliki kemampuan mengelolah seperti layaknya komputer (Rakhmah, 2016: 63). Dengan keunggulannya itu, maka *Smartphone* sangat banyak diminati masyarakat dunia karena mempermudah orang dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Saat ini *smartphone* tidak lagi menjadi barang yang hanya dimiliki oleh masyarakat menengah ke atas. Di kalangan masyarakat Indonesia, Pada masa awal kemunculannya, tahun 1973, telepon genggam masih dipandang oleh sebagian besar orang sebagai simbol status sosial dari masyarakat kelas atas (Ibrahim, 1997:152).

Peran *smartphone* yang telah menjadi kebutuhan untuk menjalin komunikasi yang cepat telah bergeser dari kebutuhan sekunder menjadi kebutuhan primer. Banyaknya merek *smartphone* yang menawarkan beragam fasilitas dan aplikasi di pasaran, membuat para pengguna dapat memilih produk tersebut. Fungsi kepraktisan dalam menggunakan *smartphone* adalah salah satu pertimbangan dalam memilih. Bagi

beberapa orang, *smartphone* bukan hanya sekedar alat untuk berkomunikasi, tetapi dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk bekerja. Bagi sebagian lainnya memilih yang mempunyai fitur canggih seperti e-mail (surat elektronik), internet, sosial media, kamera beresolusi tinggi, pemutar musik dan game.

Perbedaan penggunaan *smartphone* oleh setiap orang didasari oleh adanya perbedaan aktivitas sehari-hari, seperti contohnya para eksekutif menggunakan *smartphone* untuk dapat membantu dirinya dalam mengatur jadwal kegiatannya sehari-hari, sedangkan sebagian besar pelajar sekolah menggunakan *smartphone* hanya untuk berkomunikasi dan sosial media, berbeda pula dengan para wisatawan yang menggunakan *smartphone* untuk mencari tempat-tempat yang mereka ingin kunjungi dengan fitur GPS (Global Positioning System) (Anjana, 2013: 3).

Pandu (dalam Mantala, 2019: 1489) menyebutkan bahwa hampir semua lapisan masyarakat menggunakan *smartphone* untuk membantu aktifitas sehari-hari mereka. Tidak hanya itu, pertumbuhan *smartphone* di Indonesia telah mampu merubah gaya hidup masyarakat. Masyarakat Indonesia di wilayah perkotaan di nilai telah mengalami perubahan gaya hidup seiring banyaknya merek *smartphone* di pasaran. Salah satu merek yang di anggap mampu merubah gaya hidup masyarakat kota adalah *Iphone* (Mantala,2019 : 1489).

*Iphone* yang merupakan produk dari *Apple* adalah salah satu merek *smartphone* di Indonesia yang sekarang ini mulai mencuat di kalangan pengguna *smartphone*. *Iphone* mencoba masuk di pasar dengan konsep yang berbeda, bisa dilihat dari aspek harga, dan kualitas produk tersebut. *Iphone* yang sekarang bisa dikatakan memiliki citra merek yang khas, karena menggunakan sistem informasi yang khas. Selain dari itu, *Iphone* yang dirancang dengan sistem operasi yang berbeda dengan *smartphone* lain, dan hanya produk dari *Apple* yang menggunakan iOS (*iPhone Operating System*) sendiri, ini menjadi nilai plus tersendiri untuk perangkat *smartphone* bermerek *Iphone* tersebut, karena dengan menggunakan sistem operasi sendiri, maka perangkat tersebut akan bekerja sangat maksimal, berbeda dengan android yang membiarkan berbagai merek bisa menggunakan sistem operasi yang mereka miliki.

*Iphone* dilihat dari perkembangan awal mulanya hanya dipergunakan oleh kalangan masyarakat menengah ke atas karena harga dari *Iphone* sendiri relatif mahal. Sebagai acuan harga *Iphone 6 S* di pasaran saat ini mulai dari Rp. 9.200.000, dibandingkan harga *smartphone* merek lain dengan spesifikasi yang sama seharga Rp. 3.645.000. Namun sekarang ini, banyak orang yang mulai mempergunakan *Iphone* sebagai alat komunikasi, termasuk di kalangan mahasiswa Universitas Khairun.

Pengamatan awal pada beberapa mahasiswa S1 Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Khairun memperlihatkan bahwa mereka terkadang menggunakan dua merek

*smartphone*, yakni *smartphone* berbasis *android* dan berbasis iOS. Terdapat juga kasus di mana ada mahasiswa yang menjual *smartphone* berbasis *android*-nya hanya untuk membeli *iphone* bekas. Hal tersebut menimbulkan pertanyaan bagi penulis tentang apa yang mendasari tindakan mereka.

Berlatar fenomena tersebut, penulis ingin melakukan penelitian dengan mengkaji bagaimana gaya hidup pengguna *iphone* di kalangan mahasiswa Program Studi Sastra Indonesia, Universitas Khairun.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1.2.1. Bagaimana latar sosial ekonomi mahasiswa pengguna *iphone* di Program Studi Sastra Indonesia Universitas Khairun?
- 1.2.2. Faktor apa yang mendorong mereka menggunakan *iphone*?
- 1.2.3. Bagaimana representasi gaya hidup yang muncul pada pengguna *iphone*?

## **1.3. Tujuan**

Berdasarkan araian rumusan masalah yang ada maka penelitian ini bertujuan untuk :

- 1.3.1. Mengetahui latar sosial ekonomi mahasiswa pengguna *iphone* di Program Studi Sastra Indonesia Universitas Khairun.
- 1.3.2. Mengetahui faktor yang mendorong mereka menggunakan *iphone*.

1.3.3. Mengetahui representasi gaya hidup yang muncul pada pengguna *Iphone*.

#### **1.4. Manfaat**

Dalam penelitian ini, selain memiliki tujuan juga diharapkan hasil dari penelitian ini mempunyai manfaat:

##### 1.4.1. Manfaat Teoritis

Berharap dapat dijadikan sebagai data riset dalam kajian dibidang Antropologi Sosial, khususnya dalam mengkaji gaya hidup.

##### 1.4.2. Manfaat Praktis

Berharap memberi kontribusi secara praktis bagi:

1.4.2.1. Bagi penulis, hasil dari penelitian ini dapat memberikan pengetahuan informasi tentang perkembangan teknologi komunikasi dan perubahan gaya hidup serta konsep diri sebagai bentuk perilaku konsumtif masyarakat modern, khususnya dikalangan mahasiswa Program Studi Sastra Indonesia, Universitas Khairun.

1.4.2.2. Bagi pembaca pada umumnya, dalam hasil penelitian ini dapat juga memberikan informasi tentang gaya hidup sebagai bentuk perilaku di kalangan masyarakat modern, khususnya dikalangan mahasiswa Program Studi Sastra Indonesia, Universitas Khairun.

## 1.5. Tinjauan Pustaka

Penelitian-penelitian yang relevan dengan topik ini tentu sudah pernah dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya. Penulis melakukan penelusuran pustaka untuk membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Penulis juga akan memperjelaskan posisi penelitian dalam tinjauan pustaka ini. Beberapa penelitian-penelitian sebelumnya yang berhasil penulis dapatkan di antaranya:

Penelitian yang dilakukan oleh Novitasani dan Handoyo (2014) dengan judul *Perubahan Gaya Hidup Konsumtif Pada Mahasiswa Urban Di Unesa*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan lokasi penelitian pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Surabaya. Sementara sumber informasi dalam penelitiannya adalah mahasiswa FIS UNESA yang berasal dari Bojonegoro, Nganjuk, Lamongan, dan Mojokerto. Ada satu pertanyaan mendasar yang diajukan dalam penelitian ini ialah bagaimana gaya hidup mahasiswa yang kuliah di UNESA?

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa perubahan yang terjadi pada mahasiswa yang datang dari desa ke Surabaya adalah gaya hidup meliputi cara berpakaian yang cenderung memilih produk branded, kebiasaan nongkrong, dan gaya bahasa yang cenderung logat bahasa Surabaya. Novitasani dan Handoyo juga berkesimpulan bahwa kondisi tersebut terjadi karena proses pergeseran budaya dari daerah yang cenderung sederhana menjadi budaya kota yang identik dengan

kehidupan mall dan nongkrong, sehingga bukan hanya cara berpakaian yang yang berubah namun pola kebiasaan mahasiswa daerah juga mengalami perubahan.

Esty Vidiah Addha (2017) dalam skripsinya *Studi Deskriptif Gaya Hidup Pada Mahasiswa Pengguna Iphone Di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area*. Addha berusaha menjelaskan Bagaimana gaya hidup pada Mahasiswa pengguna iPhone di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area? dengan menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel adalah Purposive Sampling dengan subjek sebanyak 50 orang. Alat ukur yang digunakanya adalah skala gaya hidup yang disusun berdasarkan teknik *AIO (activities, Interest, dan Opinion)* (Kasali, 1998). Teknik yang digunakan dalam menguji normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Hasil menunjukkan bahwa gaya hidup yang mendominasi Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area adalah gaya hidup *experiencers* dengan jumlah nilai mean (61,5400), nilai maksimum (64,00), dan nilai minimum (49,00). Hasil yang menarik adalah gaya hidup *experiencers* lebih banyak terdapat pada mahasiswi kelas menengah pengguna *iPhone 5s* yang ibunya tidak bekerja dan berpendidikan SMA.

Intan Trivena Maria Daeng, dkk (2017) dalam artikelnya yang berjudul *Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado*. Pertanyaan yang mendasari penelitian ini ialah bagaimana penggunaan *smartphone* dalam

menunjang aktivitas perkuliahan oleh mahasiswa Fispol Unsrat Manado? Pendekatan yang digunakan ialah kualitatif deskriptif. Daeng dan kawan-kawannya menjelaskan bahwa *smartphone* dikatakan sebagai salah satu jenis media baru karena dapat mengakses informasi dengan cepat melalui fasilitas internetnya. Selain itu, manusia dapat berkomunikasi jarak jauh dengan menggunakan *smartphon* yang memiliki fasilitas beragam tidak hanya terbatas pada telepon, SMS tetapi *smartphone-smartphone* yang berkembang saat ini menawarkan fitur video call yang memberikan suatu transformasi dalam kegiatan komunikasi.

Daeng dkk juga menjelaskan bahwa kenyataannya mahasiswa Fispol Unsrat lebih cenderung menggunakan *smartphone* untuk menunjang aktivitas perkuliahannya dilihat dari berbagai proses penggunaan yang telah mereka lakukan dalam hal mencari berbagai macam informasi yang berkaitan dengan ilmu yang mereka pelajari melalui berbagai fasilitas yang ada pada *smartphone*. Mahasiswa Fispol Unsrat secara aktif memilih *smartphone* dan menggunakannya untuk menunjang aktivitas perkuliahannya karena mereka yakin dengan keunggulan dari layanan yang disediakan oleh *smartphone* itu sendiri sehingga aktivitas perkuliahan mereka didukung secara efisien dan efektif. Juga untuk mengikuti setiap perkembangan informasi yang ada, *smartphone* menjadi pegangan yang utuh dan media yang tepat untuk mendapatkan pengetahuan umum dan mempelajari hal-hal baru dimana pun dan kapan pun mereka butuhkan.

Studi yang dilakukan Noor Fatmawati (2020) dengan judul penelitian *Gaya Hidup Mahasiswa Akibat Adanya Online Shop*. Fokus masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana gaya hidup mahasiswa IAIN Kudus akibat adanya *online shop* dan menganalisis faktor-faktor yang melatarbelakangi mahasiswa melakukan pembelian melalui online shop, dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *online shop* telah merubah gaya hidup mahasiswa menjadi berperilaku konsumtif. Mahasiswa yang memiliki gaya hidup konsumtif selalu berpenampilan menarik, mengenakan fashion bermerk, memiliki standar hidup menengah ke atas, serta lebih banyak bergaul dengan orang-orang yang memiliki hobi sama. Searah juga dengan teori masyarakat konsumsi yang memperlihatkan bahwa mereka mengkonsumsi barang karena perkembangan zaman modern melalui pemakaian jasa *online shop*.

Fatmawati juga menjelaskan faktor yang mempengaruhi pemanfaatan online shop adalah efisiensi waktu, akses yang mendukung, serta sebagai pemenuhan kebutuhan barang dan kepuasan. Pemenuhan kepuasan terlihat dari pemilihan barang bermerk untuk terlihat eksklusif di lingkungan sosialnya.

Sri Hastuti dkk (2019) melakukan penelitian terkait dengan *Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Mahasiswa*. Ada tiga pertanyaan mendasar dalam penelitian ini yaitu : Bagaimana pengaruh literasi ekonomi pada gaya hidup mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi?

Bagaimana keberagaman gaya hidup mahasiswa? Dan seberapa besar tingkat literasi ekonomi pada gaya hidup mahasiswa? Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini adalah terdapat hubungan antara literasi ekonomi dengan gaya hidup mahasiswa. Semakin tinggi kemampuan mahasiswa tentang literasi ekonomi maka semakin menurun gaya hidup hedonisnya. Sebaliknya semakin rendah kemampuan mahasiswa tentang literasi ekonomi maka semakin tinggi gaya hidup hedonisnya. Hastuti dan kawan kawanya menjelaskan bahwa gaya hidup di antara mahasiswa itu beragam satu sama lain, hal ini dapat dilihat dari segi penampilan, logat bahasa, aktivitas mahasiswa di luar kampus, dan kontrol diri. Hastuti dkk juga menjelaskan bahwa perkembangan teknologi merupakan faktor yang mempengaruhi perubahan gaya hidup mahasiswa, selain itu faktor teman sebaya juga sangat berpengaruh. Hal ini berdampak pada gaya hidup mahasiswa yang modern, hedonis, dan mandiri.

Riska Nur Diana dan Sarmini (2016) melakukan penelitian tentang *Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Unesa Akibat Adanya Online Shop Jilbab*. Metode yang digunakan Diana dan Sarmini ialah metode kualitatif dengan tujuan untuk mengungkap bentuk gaya hidup konsumtif yang ditunjukkan serta faktor-faktor dominan yang menyebabkan mahasiswa FISIP UNESA memilih untuk berbelanja jilbab secara *online*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk gaya hidup konsumtif mahasiswa FISIP UNESA dalam berbelanja jilbab secara online

meliputi dua nilai yang sangat menonjol yaitu simulakra dan nilai tanda. Faktor-faktor dominan yang menyebabkan pemilihan cara berbelanja jilbab secara online yaitu karena adanya faktor kebutuhan dan faktor prestige, selanjutnya dalam berbelanja jilbab secara online mahasiswa FISH UNESA berperilaku konsumtif karena lebih cenderung mengkonsumsi nilai tanda atau prestige.

Studi yang dilakukan Septiarini (2019) tentang *Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Penggunaan Smartphone Iphone di Kalangan Mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang*. Metode yang digunakanya adalah kuantitatif deskriptif dengan berusaha untuk mengetahui apakah variabel gaya hidup, harga, kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan penggunaan produk *smartphone iphone* dikalangan mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang? dan variabel manakah dari gaya hidup, harga, kualitas produk yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian *smartphone iphone* dikalangan mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang. Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan dan parsial gaya hidup, harga, dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan penggunaan *smartphone iphone* di kalangan mahasiswa Universitas Sriwijaya Kampus Palembang. Septiarini juga menjelaskan bahwa variabel kualitas produk lebih berpengaruh dominan dengan nilai koefisien sebesar 0,680.

Faradika Maria Ratih dkk (2016) melakukan studi tentang *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Apple Iphone (Studi Kasus Pada Pengguna Apple Iphone Di Kota Surabaya)*. Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan berusaha mengetahui apakah faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor, pribadi, dan faktor psikologis mempengaruhi keputusan pembelian produk Apple iPhone.

Hasil dari studi yang dilakukan Ratih dkk menunjukkan bahwa Faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis memiliki pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin memperhatikan faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis, maka semakin besar pula pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Ratih dkk juga menjelaskan diantara faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologis, maka yang berpengaruh paling dominan yaitu faktor psikologis.

Arik Dwiyantoro dan Sugeng Harianto (2014) melakukan studi *Fenomenologi Gaya Hidup Mahasiswa UNESA Pengguna Pakaian Bekas Arik Dwiyantoro*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan berusaha menjelaskan faktor-faktor apa yang melatarbelakangi mahasiswa UNESA dalam penggunaan pakaian bekas serta bagaimana mahasiswa UNESA memaknai penggunaan pakaian bekas dan cara gaya hidup yang dikembangkan oleh mahasiswa UNESA sebagai pengguna pakaian bekas.

Hasil penelitian Arik Dwiyanoro dan Sugeng Harianto menjelaskan bahwa mahasiswa UNESA memaknai penggunaan pakaian bekas adalah sebagai gaya hidup dari *trend fashion*. Mereka memilih pakaian bekas karena harganya terjangkau, brand ternama, unik, edisi terbatas, bahan berkualitas, menambah koleksi pakaian dan terlihat fashionable. Dwiyanoro dan Harianto juga menjelaskan di dalam penggunaan pakaian bekas, mereka dipengaruhi oleh lingkungan keluarga dan sosial, adanya toko-toko pakaian bekas dan media massa. Pakaian bekas menjelma sebagai objek dari pengguna yang dicari oleh mahasiswa UNESA untuk memenuhi kebutuhan sandang mereka dan sebagai gaya hidup mereka.

Mufti Rizaldi (2016) melakukan penelitian dengan judul *Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone di Kalangan Mahasiswa Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. Studi ini berusaha menjelaskan apakah ada pengaruh gaya hidup *hedonis* terhadap keputusan pembelian *smartphone* di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya. Metode yang digunakan ialah metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara dimensi gaya hidup hedonis yakni Pengembangan Rasa Ingin Tahu Terhadap Perubahan, Hiburan dan Menyenangkan, Peningkatan Diri, Gaya Konsumsi terhadap keputusan pembelian *smartphone* di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi UNESA. Rizaldi juga menjelaskan

yang paling berpengaruh dalam keputusan membeli *smartphone* adalah gaya hidup hedonis.

Demikian beberapa penelitian yang berhasil penulis dapatkan. Perbedaan studi studi di atas dengan penelitian saya tentang Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna *Iphone* di Universitas Khairun yaitu Penelitian sebelumnya lebih menyoroti pengaruh gaya hidup terhadap keputusan penggunaan *Iphone* dengan pendekatan kuantitatif, perubahan gaya hidup mahasiswa urban, gaya hidup konsumtif mahasiswa akibat adanya online shop serta faktor faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih *Iphone*. Sedangkan penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan lebih menyoroti *Iphone* sebagai bagian dari gaya hidup mahasiswa di Program Studi Sastra Indonesia Universitas Khairun.

#### **1.6. Kerangka Konseptual**

Penelitian ini saya menggunakan konsep dan teori gaya hidup dari David Chaney. Saya memilih konsep dan teori gaya hidup dari David Chaney karena dalam penelitian ini, saya mengkaji penggunaan *Iphone* pada kalangan mahasiswa Universitas Khairun Ternate sebagai bagian gaya hidup mereka. Teori gaya hidup didasari pada prinsip pembentukan identitas diri atau simbol kelas-kelas tertentu. Chaney sendiri berusaha memperhatikan bahwa proses pembentukan identitas diri itu akan melahirkan gejala yang muncul dalam bentuk posisi sosial seseorang yang lebih kompleks dan pemaknaan individu terhadap barang yang dimilikinya.

Menurut Chaney (1996: 1) dalam dunia modern, gaya hidup membantu mendefinisikan sikap, nilai-nilai, dan menunjukkan kekayaan serta posisi sosial setiap orang. Gaya hidup (*lifestyle*) menunjukkan bagaimana setiap orang harus mengklasifikasikannya, bagaimana istilah tersebut menjadi semakin penting, dan apa persisnya gaya hidup itu. Toffler (Latifah, 2013: 9) juga menambah pengertian tentang gaya hidup bahwa gaya hidup adalah alat yang dipakai individu untuk menunjukkan identitas mereka dengan subkultur subkultur tertentu.

Jika gaya hidup menjadi segala-galanya dan segala-segalanya menjadi gaya hidup, maka penampilan dan citra diri juga akan masuk dalam permainan konsumsi. Johan Huizinga (Chaney, 1996: 17) menjelaskan bahwa di dalam gaya itu sendiri sudah melekat unsur permainan, sehingga dipastikan unsur-unsur yang membentuk gaya hidup akan menjadi komoditi dan ajang permainan konsumsi. Konsumsipun menjadi sebuah tontonan, apalagi produk yang memanfaatkan kekuatan citra bisa menjadi perlambang bagi kolektifitas sosial terutama dengan memakai asosiasi gaya hidup.

Gaya hidup merupakan pola-pola tindakan yang membedakan antara individu satu dengan individu lain. Gaya hidup membantu memahami (yakni menjelaskan bukan berarti membenarkan) apa yang individu lakukan, mengapa individu melakukannya, dan apakah yang individu lakukan bermakna bagi dirinya maupun individu lain. Hal itu tidak berarti untuk mengatakan bahwa gaya hidup relevan dengan kehidupan

setiap individu dan dapat dengan mudah membayangkan bahwa akan ada orang (yang mungkin menyebut dirinya “manusia sejati” “*real people*”) yang akan menyangkal bahwa individu memiliki atau menginginkan suatu gaya hidup.

Menurut Chaney (1996: 16), penampakan luar menjadi salah satu situs yang penting bagi gaya hidup. Hal-hal permukaan akan menjadi lebih penting dari pada substansi. Gaya dan desain menjadi lebih penting dari pada fungsi. Gaya menggantikan substansi. Kulit akan mengalahkan isi. Pemasaran penampakan luar, penampilan hal-hal yang bersifat permukaan atau kulit akan menjadi bisnis besar gaya hidup. Gaya hidup pada hakikatnya merupakan kategori-kategori anggota. Ini tidak berarti berada pada suatu spesifikasi teoritis yang tinggi, tapi bahwa orang menggunakan gaya hidup dalam kehidupan sehari-hari untuk mengenali dan menjelaskan adanya kompleks identitas dan afiliasi yang lebih luas.

Gaya hidup juga merupakan sebuah konsep yang dipakai individu dalam bertingkah laku dan mempunyai konsekuensi dalam membentuk pola perilaku tertentu dalam kehidupan sehari-hari. Gaya hidup sangat berkaitan penentuan pembentukan *image* oleh individu lain untuk merefleksikan dirinya berdasarkan nilai, orientasi, minat dan pendapat yang berkaitan dengan status sosialnya.

Menurut Chaney (1996: 70) ada tiga hal yang menjadi ciri ciri atau karakteristik gaya hidup yaitu:

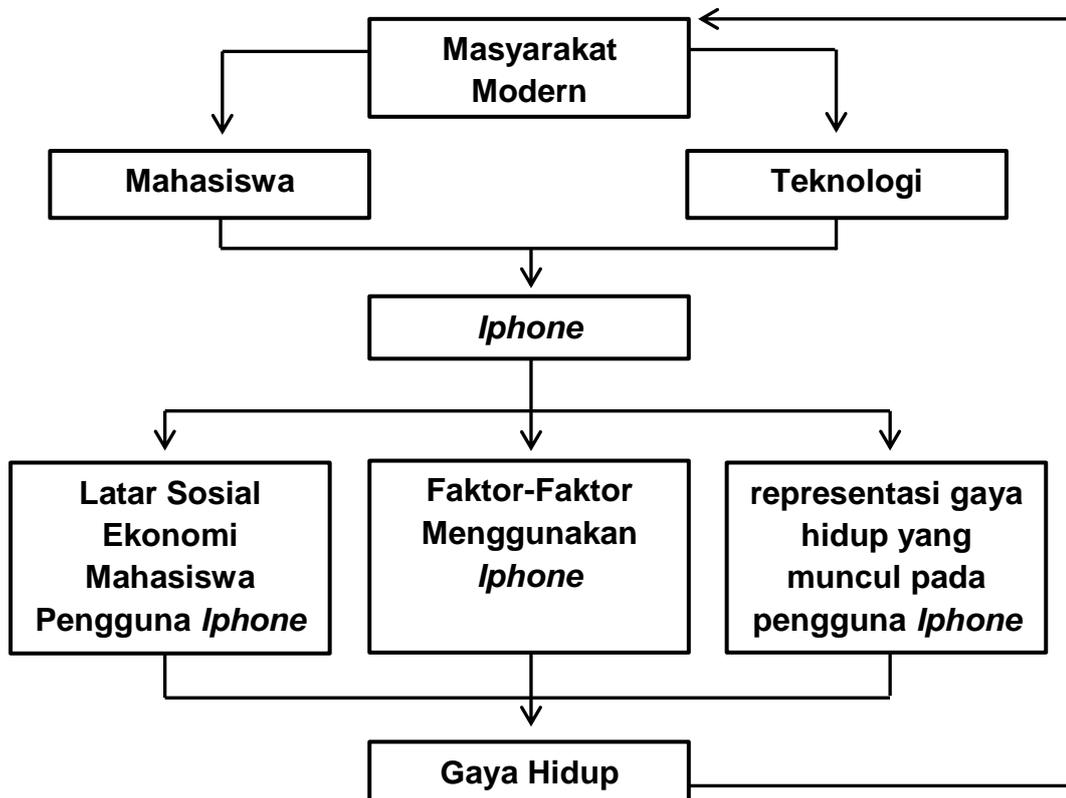
1.6.1. Tampilan Luar: Penampilan orang, benda, atau juga aktivitas menjadi hal yang penting dalam masyarakat. Perkembangan modernisasi berupa teknologi dan juga televisi memunculkan iklan sebagai awal masyarakat lebih mementingkan tampilan luarnya saja dari pada isi dan fungsinya. Industri periklanan telah menampilkan label, logo, dan slogan yang sangat mempengaruhi kehidupan masyarakat sehari-hari.

1.6.2. Diri dan Identitas: Semua sifat dan kualitas dalam diri setiap individu merupakan sebuah identitas bagi dirinya.

1.6.3. Fokus Perhatian yang Berulang-ulang: Cara-cara hidup yang diterima oleh suatu kelompok bisa dikenali melalui ide-ide, nilai-nilai, cita rasa, musik, makanan, pakaian, dan lain-lain tetapi hal tersebut sifatnya tidak mutlak atau tidak bisa berubah-ubah, terutama menyangkut gender dan subkultur dalam suatu masyarakat.

Konsep serta teori gaya hidup dari Chaney di atas saya gunakan dalam menganalisis hasil penelitian tentang “Gaya Hidup Pengguna *Iphone* Pada Mahasiswa Sastra Indonesia Universitas Khairun”. Alasan saya menggunakan teori ini karena saya berusaha mengetahui bagaimana *Iphone* merubah gaya hidup mahasiswa Sastra Indonesia Unkhair. Saya yakin kalau konsep dan teori gaya hidup milik Chaney ini sesuai dengan permasalahan yang akan saya teliti.

### 1.7. Kerangka Pikir



### 1.8. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif sehingga menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Artinya data yang dianalisis didalamnya berbentuk deskriptif dan tidak berupa angka-angka seperti halnya pada penelitian kuantitatif (Bogdan dan Taylor dalam Moleong, 2007:12).

#### 1.8.1. Lokasi Penelitian

Pemilihan lokasi penelitian sangat diperlukan, untuk menjelaskan hasil temuan yang diteliti. Olehnya itu, Maleong (2002: 86) mengemukakan cara terbaik yang perlu ditempuh dalam penentuan

lapangan penelitian adalah dengan jalan mempertimbangkan teori substantif dengan dalil “pergilah dan jejakilah lapangan untuk melihat apakah terdapat kesesuaian dengan kenyataan yang berada di lapangan”.

Lokasi penelitian ini dilakukan pada kalangan mahasiswa pengguna *Iphone* yang kuliah di Program Studi Sastra Indonesia , Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Khairun Ternate. Alasan memilih lokasi penelitian ini adalah terdapat di antara beberapa mahasiswa program studi Sastra Indonesia ialah pengguna *Iphone*. Selain dari itu, berdasarkan observasi awal peneliti bahwa di antara mereka beralih dari menggunakan *Smartphone Android* ke *Smartphone Iphone*. Terdapat juga kasus dimana beberapa di antara mereka menjual *smartphone Android*-nya demi mendapatkan *Smartphone Iphone*. ini dilakukan selama 3 bulan mulai dari Agustus – Oktober 2021.

#### 1.8.2. Penentuan Informan

Penentuan informan dipilih sesuai dengan kebutuhan penelitian. Spradley (2007) mengutip *Websters's New Dictionary*, seorang informan adalah seorang pembicara asli yang berbicara dengan mengulang kata-kata, frasa, dan kalimat dalam bahasa atau dialeknya sebagai model imitasi dan sumber informasi. Etnografi bekerja sama dengan informan untuk menghasilkan suatu deskripsi kebudayaan (James P. Spradley, 2007:39).

Pemilihan informan menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* adalah suatu metode pemilihan informan yang memiliki tujuan dan syarat-syarat tertentu agar bisa menjadi informan yang berkompentensi dan mampu memberikan informasi yang berkaitan dengan topik penelitian. Sesuai dengan permasalahan penelitian maka informan dipilih dari daftar para mahasiswa aktif Program studi Sastra Indonesia Unkhair yang menggunakan Iphone. Menimbang jumlah mahasiswa Sastra Indonesia yang menggunakan Iphone terdiri 12 (dua belas) yang latar belakang sosial ekonominya bervariasi maka, peneliti lebih fokus pada 6 mahasiswa yang memiliki latar ekonomi menengah ke bawah karena walaupun di bawah tekanan ekonomi rendah pun tidak berpengaruh pada keinginan mereka mengonsumsi Iphone.

Pendekatan dengan informan awalnya dilakukan dengan cara menjelaskan maksud dan tujuan peneliti. Setelah informan bersedia menjadi narasumber, peneliti kemudian melakukan wawancara sambil meminta kesediaan waktu bagi peneliti untuk hari-hari berikutnya jika ada informasi yang perlu diwawancarai atau ditanyakan kembali.

### 1.8.3. Teknik Pengumpulan Data

#### 1.8.3.1. Observasi Lapangan

Metode observasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi langsung. Penulis mengadakan pengamatan secara langsung terhadap mahasiswa pengguna Iphone di Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Khairun Ternate. Penulis

menggunakan metode observasi tidak hanya untuk memperoleh data dari diri sendiri, tapi juga penulis dapat melihat secara langsung aktifitas mahasiswa para pengguna *Iphone*.

#### 1.8.3.2. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilakukan dalam suasana santai, kurang formal dan tidak disediakan jawaban oleh pewawancara. Wawancara mendalam juga dapat dilakukan dengan menggunakan pedoman wawancara atau dengan tanya jawab secara langsung. Sehingga mendapat jawaban yang dibutuhkan untuk menjawab masalah penelitian.

#### 1.8.3.2. Dokumentasi

Metode dokumentasi dalam penelitian ini juga dilakukan oleh penulis. Penulis mengambil dokumentasi yang berhubungan dengan kegiatan-kegiatan mahasiswa dalam penggunaan *Iphone* dan juga pada saat penulis melakukan wawancara sehingga data tersebut dapat digunakan demi mendukung kelengkapan data yang ada pada penulis. Dokumentasi yang penulis gunakan dalam penelitian ini seperti foto saat wawancara juga menggunakan *Iphone* secara langsung.

#### 1.8.4. Teknik Analisis Data

Dalam proses analisis data terdapat komponen-komponen utama yang harus benar-benar dipahami. Komponen tersebut adalah pengumpulan data, reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan. Penulis juga menganalisis berbagai data yang sudah ada dengan menggunakan metode deskriptif analitik. Metode ini digunakan untuk

menggambarkan data-data yang sudah diperoleh melalui proses analisis yang mendalam dan selanjutnya dikomunikasikan secara runtut atau dalam bentuk naratif.

Milles dan Huberman (Latifah, 2013: 35-36) mengemukakan bahwa tahap analisis data adalah sebagai berikut:

#### 1.8.4.1. Pengumpulan data

Penulis mencatat semua data secara objektif dan apa adanya sesuai dengan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi di lapangan.

#### 1.8.4.2. Reduksi Data

Penulis melakukan proses pemilihan, menyederhanakan, memfokuskan, mengabstraksi, dan mengubah data kasar ke dalam catatan lapangan. Data yang diperoleh lewat penelitian lapangan yang masih simpang-siur kemudian dipilih-pilih sesuai dengan kebutuhan sehingga menjadi lebih sederhana dalam memberikan makna pada aspek-aspek tertentu. Dengan cara ini penyusunan data menjadi lebih sistematis dan mudah diatur dengan jelas dapat memberi gambaran mengenai hasil yang dicapai.

#### 1.8.4.3. Penyajian Data

Penyajian data merupakan tahap analisis data dan interpretasi data, dimana setelah data-data dikumpulkan dan dipilih berdasarkan fokus penelitian serta ditampilkan dalam bentuk narasi serta penjelasan yang terperinci dengan cara menguraikan dan menjelaskan apa yang disampaikan oleh informan dalam penelitian. Display data biasanya dibuat

dalam bentuk cerita atau teks. Display data disusun sebaik-baiknya sehingga memungkinkan peneliti menjadikannya sebagai jalan untuk menuju kepada pembuatan kesimpulan.

#### 1.8.4.4. Pengambilan Keputusan atau Verifikasi

Verifikasi dilakukan oleh penulis setelah penyajian data selesai dan ditarik kesimpulannya berdasarkan hasil penelitian lapangan yang telah dianalisis dengan konsep dan teori sebelumnya. Verifikasi yang telah dilakukan dan hasilnya diketahui, memungkinkan kembali penulis menyajikan data yang lebih baik. Hasil dari verifikasi tersebut dapat digunakan oleh penulis sebagai data penyajian akhir, karena telah melalui proses analisis untuk yang kedua kalinya, sehingga kekurangan data pada analisis tahap pertama dapat dilengkapi dengan hasil analisis tahap kedua. Maka dari situ akan diperoleh akhir atau kesimpulan yang baik.