

**HUBUNGAN PENGGUNAAN HP IPHONE DENGAN GAYA HIDUP
HEDONISME MAHASISWA
(STUDI KASUS KELUARGA PELAJAR MAHASISWA
KALIMANTAN BARAT (KPMKB) MALANG RAYA)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**OLEH:
YUNI RAHMAWATI
2019230152**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG
2023**

RINGKASAN

Gaya hidup hedonis semakin banyak terjadi di kalangan pelajar saat ini. Orang-orang yang menganut gaya hidup hedonistik kadang-kadang mementingkan pelestarian status sosial mereka dengan menyelaraskan diri dengan perusahaan-perusahaan yang dikenal mempromosikan gaya hidup tersebut. iPhone sering dikaitkan dengan peningkatan status sosial seseorang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara penggunaan iPhone dan gaya hidup hedonistik.

Strategi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, khususnya menggunakan metodologi survei. Sebanyak 97 individu yang tergabung dalam Organisasi Keluarga Mahasiswa Kalimantan Barat (KPMKB) wilayah Malang Raya telah diambil sampelnya. Proses pengambilan sampel yang digunakan adalah metode purposive sampling, artinya tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap kelompok. Persyaratan untuk mengikuti penelitian ini adalah pelajar asal Kalimantan Barat yang memiliki iPhone.

Biasanya ada tiga kategori utama komponen hedonistik yang sering digunakan: tindakan, kepentingan, dan perspektif. Aktivitas hedonistik merupakan aktivitas yang memberikan kesenangan dan sering kali mencakup kegemaran menghabiskan waktu di luar ruangan. Ketertarikan juga dapat dilihat dari rasa ingin tahu seseorang terhadap lingkungan sekitar dan sudut pandangnya terhadap kejadian yang terjadi di lingkungannya. Menurut hasil penelitian, penggunaan iPhone terbukti memberikan dampak besar dan positif dalam meningkatkan gaya hidup seseorang, menjadikannya lebih menyenangkan dan mewah. Hal ini didukung oleh nilai t estimasi yang lebih tinggi dibandingkan nilai t krusial ($8,105 > 1,661$). Hal ini menunjukkan signifikansi statistik pada tingkat signifikansi 0,05 ($0,000 < 0,05$).

Kata Kunci : Penggunaan Iphone, Gaya Hidup Hedonisme

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, kebutuhan masyarakat luas secara konsisten sejalan dengan kemajuan teknis yang terus berkembang, yang kini semakin maju. Kemajuan teknologi memiliki sejumlah dampak positif dan negatif bagi kehidupan manusia. Manusia kini lebih mudah melakukan segala hal dan mendapatkan informasi dari internet berkat teknologi yang semakin canggih. Tetapi tidak dapat dipungkiri kemajuan teknologi juga memiliki sisi negatif yang harus kita waspadai. Dengan kemunculan berbagai macam teknologi menjadikan banyaknya persaingan antar perusahaan guna memenuhi kebutuhan konsumen. Salah satu yang mengalami persaingan ketat adalah di bidang teknologi informasi dan komunikasi, khususnya pada produk *smartphone* dan perangkat *mobile* lainnya.

Melihat semakin meningkatnya kebutuhan *smartphone* menjadikan perusahaan bersaing untuk menciptakan dan mengembangkan perangkat yang dapat melakukan dan menggantikan fungsi komputer seperti alat komunikasi, email, editing, *mobile banking (m-banking)* bahkan berbelanja sekalipun. Hal-hal seperti itulah yang menyebabkan semakin meningkatnya kebutuhan *smartphone* bahkan menjadi salah satu prioritas manusia. India menempati peringkat keempat negara terbesar secara global dalam hal pengguna aktif ponsel cerdas, di belakang Tiongkok, India, dan Amerika. Diperkirakan terdapat lebih dari 150 juta pengguna ponsel pintar di Indonesia (kominfo.go.id, 2019).

iPhone merupakan *smartphone* yang banyak dicari karena popularitas dan penjualannya yang lebih tinggi dibandingkan produsen lain. Dengan 921.056 penjualan, peningkatan dari data tahun 2018, iPhone menjadi yang teratas. Karena selalu mendesain produknya sedemikian rupa sehingga mudah dikenali. iPhone memiliki keunggulan karena mempunyai ciri khas tersendiri dan ponsel Android selalu mengikutinya. Selain itu, chipset iPhone Apple secara konsisten berkinerja lebih baik daripada ponsel Android. Karena chip ini, iPhone menjadi ponsel tercepat yang pernah dibuat. Performa chipset ditunjukkan oleh performa iPhone lawas, yang bahkan setelah bertahun-tahun digunakan, tidak mudah melambat.

Meski detail kamera Android lebih tinggi dari kamera iPhone, sebenarnya terasa tidak bisa dibilang mulus sehingga dominasi iPhone juga bisa dilihat dari kameranya (tabloid news ponsel, 2018).

Perkembangan iPhone menjadikan banyaknya pengguna Android yang telah berganti perangkat ke iOS. iPhone berhasil menarik perhatian konsumen dengan fitur-fitur yang mereka miliki dan dirasa lebih unggul daripada Android. Menurut CEO Apple Tim Cook, iPhone berhasil menarik sejumlah besar pelanggan Android selama beberapa bulan terakhir tahun 2022. Menurut laporan liputan6.com, Apple mengalami pertumbuhan sekitar 3 persen pada kuartal pertama tahun 2022. periode ini, pangsa pasar Apple juga mengalami peningkatan dari 15 persen menjadi 18 persen.

Dalam masyarakat saat ini, individu sering kali membeli produk bukan hanya karena nilai praktisnya, namun lebih untuk meningkatkan gaya hidup dan menampilkan citra tertentu. Fenomena ini sebagian besar dipengaruhi oleh maraknya periklanan di industri fashion, khususnya melalui televisi (Liestiana, 2014). Gaya hidup memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku seseorang, karena gaya hidup berperan dalam membentuk keputusan pembelian mereka. Gaya hidup dapat digambarkan sebagai cara unik di mana seseorang memilih untuk menggunakan waktu dan sumber daya keuangannya, yang mencerminkan pendekatan mereka sendiri terhadap kehidupan.

Gaya hidup tersebut semakin populer saat ini, terutama di kalangan pelajar ataupun mahasiswa. Dimulai dengan bahasa, norma sosial, dan busana. Untuk meningkatkan karakternya, seseorang akan menciptakan lingkungan yang stabil dalam hidupnya. Hal inilah yang dapat memicu munculnya gaya hidup hedonisme di kalangan mahasiswa. Menurut Rianton (2013), pola perilaku yang dikenal sebagai aktivitas, pendapat, atau minat yang ditekan untuk kesenangan batin disebut gaya hidup hedonis. Sebagian besar dari mereka akan terlibat dalam aktivitas yang menyenangkan seperti bermain, senang saat berada di tempat ramai dan lebih suka membeli barang-barang mahal.

Individu yang menganut gaya hidup hedonistik seringkali ingin mempertahankan status sosialnya dengan mengasosiasikan dirinya dengan merek

bergengsi yang mencerminkan status sosialnya yang tinggi. Mengingat pergeseran dalam masyarakat kontemporer, sering kali orang dianggap juga mengalami transformasi. Dikalangan pelajar, seseorang mungkin dengan mudah menjumpai beragam kehidupan hedonis. Perilaku ini terlihat dari pilihan pakaian, penggunaan produk mewah, kenikmatan aktivitas waktu luang, dan cara mereka menjalin hubungan sosial.

Mahasiswa merupakan generasi muda yang berada pada usia remaja dan sangat rentan terhadap dampak perubahan yang terjadi sepanjang masa. Sebagai generasi muda, pelajar mempunyai manfaat yang mudah dan cepat dalam mengakses kemajuan teknologi. Kemajuan teknologi yang terus berkembang juga berdampak pada cara hidup dan jadwal kita sehari-hari. Teknologi memainkan peran utama dalam membentuk cara individu mengelola keuangan mereka, dengan fokus yang lebih kuat pada mengejar kesenangan dan kepuasan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka secara keseluruhan.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Suryanto (2017) menunjukkan bahwa pelajar cenderung lebih suka menghabiskan waktunya di pusat hiburan dan pusat perbelanjaan. Selain itu, mereka sangat aktif di media sosial dan sering terlibat dalam perilaku pembelian yang mungkin tidak bijaksana secara finansial. Selama masa remaja, siswa sering mengembangkan ketertarikan untuk membeli dan menginvestasikan uang mereka untuk meningkatkan interaksi sosial mereka. Pergeseran perilaku pelajar ini mungkin disebabkan oleh perubahan gaya hidup dan kemajuan teknologi, yang menyebabkan semakin besarnya kecenderungan pelajar untuk mengikuti tren fesyen.

Untuk memenuhi gaya hidup hedonisme itu, biasanya mahasiswa akan menggunakan barang-barang mahal, bepergian ke mall ataupun menghabiskan waktu luang dengan berjalan-jalan. Salah satu benda mahal yang menjadi acuan untuk memenuhi gaya hidup hedonisme ini adalah iPhone. iPhone secara umum dikenal sebagai merek terkemuka dan terkemuka, yang sering kali membuat banyak orang menyamakannya dengan kesuksesan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Herawati (2019), menunjukkan bahwa keputusan pembelian iPhone mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap gaya hidup seseorang. Berdasarkan

statistik, nampaknya 32% peserta mengatakan tingkat pengeluarannya melebihi 4.500.000. Menghabiskan sejumlah besar uang menunjukkan gaya hidup yang berada di atas rata-rata. Berdasarkan penelitian Rosita Budi Yanti, diketahui bahwa mahasiswa Universitas Mulawarman membeli iPhone karena persepsi mereka bahwa merek tersebut memiliki tampilan yang menarik dan dianggap sebagai barang premium. Selain itu juga, pengguna menyatakan bahwa mereka membeli iPhone karena digunakan oleh teman dan ada persepsi publik menganggap bahwa iPhone mahal sehingga mereka bangga menggunakannya.

IPhone sering kali dianggap sebagai barang bergengsi, terutama di kalangan pelajar. Berdasarkan penelitian dari University of Chicago dan National Bureau of Economic Research, tampaknya di Amerika Serikat, iPhone kerap dianggap sebagai representasi pengaruh atau keanggotaan di kalangan kelas menengah atas. Tidak mengherankan melihat variasi harga antara iPhone dan perangkat lain. Sekadar gambaran, sebenarnya masih ada ponsel lain yang bisa Anda dapatkan dengan harga kurang dari 1,4 jutaan. Namun iPhone versi terbaru yakni iPhone 6 tahun 2018 ini kemungkinan akan dibanderol dengan harga 14 jutaan ke atas.

Dampak dari gaya hidup hedonistik cukup signifikan dalam budaya kita, khususnya di kalangan pelajar. Siswa adalah masa depan negara kita, dan mereka sering kali menghadapi tantangan dalam menemukan identitas mereka sendiri. Oleh karena itu, banyak siswa yang memilih untuk melanjutkan pendidikannya di luar kota metropolitan. Malang adalah pilihan populer di kalangan pelajar yang memilih untuk melanjutkan studi di tempat lain. Selain mendapat julukan sebagai Kota pendidikan, Kota Malang yang merupakan kota pariwisata juga menjadi alasan mahasiswa untuk tempat melanjutkan pendidikan. Berdasarkan data dari JatimNetwork.com, Kota Malang merupakan Kota sebagai penerima Mahasiswa terbanyak ke 2 di Provinsi Jawa Timur setelah Surabaya. Berdasarkan data BPS tahun 2021, Kota Malang memiliki jumlah Mahasiswa sebanyak 253.158 orang.

Jumlah pelajar di Kota Malang tidak hanya terbatas pada yang berasal dari Provinsi Jawa Timur atau bahkan Kota Malang sendiri. Banyak juga pelajar dari luar kota bahkan luar pulau yang datang untuk belajar di Kota Malang. Mahasiswa yang pindah ke Kota Malang sebagian besar berasal dari Sumatera, Kalimantan,

Sulawesi, NTB, NTT, dan Maluku. Untuk menumbuhkan rasa kekeluargaan, lazimnya dibentuk Organisasi Daerah (ORDA) sebagai wadah membina hubungan di luar negeri. Salah satu organisasi yang ada di Kota Malang adalah Keluarga Pelajar Kalimantan Barat (KPMKB). Organisasi KPMKB merupakan perkumpulan mahasiswa asal Kalimantan Barat yang berada di kota Malang. Berdasarkan statistik Biro Administrasi Pimpinan Sekretariat Daerah Kalimantan Barat, terdapat lebih dari 4.000 siswa asal Kalimantan Barat yang pindah ke Kota Malang untuk melanjutkan pendidikan. Berkat KPMKB, pelajar asal Kalimantan Barat bisa merasakan rasa persahabatan yang kental di Kota Malang.

Sebagai mahasiswa yang berasal dari daerah berbeda kemudian pindah ke kota yang budaya dan tradisinya tentunya berbeda dengan tempat sebelumnya, mahasiswa mungkin akan lebih tertarik untuk mengadopsi budaya hedonisme. Seperti kita ketahui, hidup di wilayah metropolitan berbeda jauh dengan kehidupan di pedesaan, dimana pusat perbelanjaan dan kafe mudah dijangkau. Hal ini tentu menarik bagi pelajar dari daerah terpencil yang sering mengunjungi kafe hanya untuk sekedar mencari konten. Tampaknya ini adalah masyarakat yang secara tidak sengaja mempromosikan hedonisme. Berdasarkan penelitian Adinda Vira terhadap mahasiswa internasional di Surabaya, ditemukan bahwa mahasiswa tersebut seringkali merasakan rasa asing saat pertama kali tiba di kota tersebut. Meski demikian, mereka berupaya untuk menyesuaikan diri dan membiasakan diri dengan lingkungan barunya. Salah satu teknik untuk menghilangkan rasa rindu akan kampung halaman dan memberi jeda pada diri sendiri dari tugas sekolah adalah dengan memperhatikan dan mencontoh aktivitas sehari-hari orang lain di sekitar Anda. Beberapa aktivitas tersebut antara lain jalan-jalan ke mal, menikmati kehidupan malam, bersantai di kafe, dan menjelajahi tempat hiburan lainnya.

Dari informasi yang diberikan, nampaknya ada korelasi antara penggunaan iPhone dengan gaya hidup hedonistik, khususnya di kalangan pelajar. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara penggunaan iPhone dan gaya hidup hedonis, khususnya di kalangan pelajar. Sebab diketahui dari kelebihan yang dimiliki iPhone sangat mempengaruhi masyarakat untuk menggunakan iPhone. Maka peneliti mengambil judul **“HUBUNGAN**

PENGGUNAAN HP IPHONE DENGAN GAYA HIDUP HEDONISME MAHASISWA (STUDI KASUS KELUARGA PELAJAR MAHASISWA KALIMANTAN BARAT (KPMKB) MALANG RAYA)”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana hubungan antara penggunaan iPhone dengan gaya hidup hedonis Mahasiswa?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mempelajari bagaimana hubungan antara iPhone dengan gaya hidup hedonis mahasiswa.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan temuan studi ini akan berkontribusi pada perluasan pengetahuan komunikasi dan kemajuan ilmiah, khususnya di bidang media massa dan pengaruh sosial.

2. Manfaat Praktis

- a) Peneliti dan pembaca di masa depan kemungkinan besar akan menggunakan penelitian ini sebagai sumber informasi.
- b) Hasil penelitian ini diperkirakan dapat mengubah perspektif individu tentang bagaimana cara hidup yang mencari kesenangan mempengaruhi keinginan mereka untuk membeli iPhone.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Norzieriani. Azizah Omar dan Ramayah. (2011). Consumer Lifestyles and Online Shopping Continuance Intention. *Journal Business Strategy Series*. 11 (4), 227.
- Bagaskoro. (2019). *Pengantar Teknologi Informatika Dan Komunikasi Data*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Chaney, David. (2004). *Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dauzan, Deriansyah Praja. (2013). Potret Gaya Hidup Hedonisme. *Jurnal Sociologi*, 1 (3), 187.
- Kadir. (2003). *Pengenalan Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Kasali, Rhenald. (2003). *Membidik Pasar Indonesia : Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Cetakan kelima. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media.
- Lubis, Iman. (2018). *Smart Economy Kota Tangerang Selatan*. Tangerang Selatan: PT Karya Abadi Mitra Indo.
- Mandey, Silvy. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 6 (1), 92-100.
- Munawaroh, Mufidatul. (2022). Hedonisme Remaja Sosialita (Life Style Remaja Sosialita Kalangan Mahasiswa Di Pedesaan Lamongan). *Jurnal Studi Pendidikan Islam*, 5 (2).
- Nadzir, Misbahun. (2015). Psychological Meaning Of Money Dengan Gaya Hidup Hedonisme Remaja Di Kota Malang. *Psychology Forum*.
- Nasrullah, Rulli. (2016). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Prihastian. 2012. *Remaja Lebih Suka Apple Daripada Android*.
<https://www.merdeka.com/teknologi/remaja-lebih-suka-apple-daripada-android.html>. Diakses tanggal 4 Agustus 2019.
- Puntoadi, Danis. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Rusman, dkk. (2011). *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Russel, Bertrand. (2004). *Sejarah Filsafat Barat*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2011). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryanto. (2017). Pola Perilaku Keuangan Mahasiswa di Perguruan Tinggi. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 7(1), 11-20.
- Susanto, Angga Sandy. (2013). Membuat Segmentasi Berdasarkan Life Style (Gaya Hidup). *Jurnal JIBEKA*, 7 (2).