

Gaya hidup mahasiswa pengguna internet di Jakarta dan Depok

Widya Raditya, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20287048&lokasi=lokal>

Abstrak

Jumlah pengguna internet di Indonesia semakin lama semakin bertambah. Hingga bulan April 1999 jumlah pengguna Internet di Indonesia sudah mencapai 617.000 orang (Bisnis Indonesia, 29 Juni 1999). Para pengguna Internet tersebut dapat dipandang sebagai suatu pasar yang potensial. Penulis melihat ini sebagai peluang bisnis yang sangat bagus, tetapi sayangnya belum pernah diteliti di Indonesia. Hal inilah yang mendorong penulis untuk meneliti tentang segmentasi di Internet, dalam hal ini segmentasi internet di Indonesia.

Segmentasi di Internet memang sulit untuk dilakukan. Pada pasar tradisional, yang dibatasi geografi, atau demografi, segmen pasarnya jelas. Segmen-segmen pasar tersebut dapat diteliti, diamati dan dikenali karakteristiknya. Hal seperti itu tidak dapat dilakukan dengan mudah di Internet. Kita dapat menghitung berapa jumlah orang yang mengunjungi homepage kita, namun kita tidak dapat mengetahui siapa mereka. Dengan mempertimbangkan kesulitan yang dihadapi ini, maka penulis akan mencoba meneliti segmentasi di Internet dengan cara melihat gaya hidup dari pengguna internet itu sendiri.

Dalam pemasaran, segmentasi gaya hidup dipakai karena dipercaya memberi gambaran yang lebih utuh dan lebih kaya tentang berbagai kelompok dalam populasi dibandingkan bila hanya menggunakan data demografis saja. Ini dikarenakan data demografis saja tidak cukup untuk menjawab pertanyaan ini.

Subyek yang dipilih dalam skripsi ini adalah mahasiswa. Dipilihnya mahasiswa diasumsikan bahwa sebagian besar pengguna Internet di Indonesia adalah para mahasiswa. Mereka sering menggunakan Internet untuk mencari bahan untuk tugas-tugas kuliah, jurnal, maupun untuk sekedar ngobrol (chatting).

Adapun pendekatan gaya hidup yang digunakan penulis dalam skripsi ini adalah pendekatan khusus, karena penelitian terdahulu yang terlalu umum. Langkah pertama adalah dengan cara melakukan wawancara dengan 9 pengguna Internet yang terdiri dari pengguna yang pemakaiannya sangat minim hingga heavy user dan yang kedua adalah dengan memodifikasi kuesioner iVALS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa pengguna Internet dapat dikelompokkan ke dalam 6 segmen. Masing-masing tipe gaya hidup ini memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Tetapi karakteristik tersebut tidak seluruhnya berbeda, karena pada aspek-aspek gaya hidup tertentu ada persamaan karakteristik yang mereka miliki.

Untuk penelitian berikutnya studi gaya hidup akan jauh lebih baik apabila diiringi dengan metode kualitatif (wawancara) secara mendalam terhadap beberapa subyek yang mewakili masing-masing segmentasi untuk melihat kesahihan segmentasi. Saran yang kedua adalah dengan melakukan teknik discriminant analysis.

Teknik ini memungkinkan untuk melakukan validasi silang untuk mengecek kestabilan sistem tipologi dan juga bila sistem tipologi terbukti baik, kuesioner gaya hidup yang digunakan bisa diberikan untuk pasar atau produk yang berbeda (Susianto, 1993).