

PERILAKU PENGGUNAAN GADGET BERDASARKAN GENDER DAN USIA DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS KOMPUTER INDONESIA

Diana Andriani

Program Studi Teknik Industri, Universitas Komputer Indonesia
Jalan Dipati Ukur No 112-114, Telp : (022)2504119, Bandung 40132
Email : andriani_rafayzan@yahoo.com

Abstrak

Gadget saat ini merupakan sumber informasi yang banyak digunakan mahasiswa. Fungsi gadget, bagi mahasiswa bisa digunakan untuk komunikasi, hiburan, perwalian online, nilai online, tugas online, maupun ilmu pengetahuan untuk kebutuhan perkuliahan. Penelitian ini dilakukan di kalangan mahasiswa Unikom untuk melihat perbedaan dalam penggunaan gadget berdasarkan gender dan usia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan tipe komparatif, karena membandingkan bagaimana penggunaan gadget oleh mahasiswa laki-laki dan perempuan dilihat dari usianya. Jumlah responden laki-laki dan perempuan masing-masing 200 orang, yang merupakan mahasiswa Unikom angkatan 2015, berstatus aktif dengan batasan usia 17-22 tahun. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan Propotional Stratified Random Sampling, sedangkan teknik uji hipotesis yang digunakan yaitu Uji-t atau uji perbedaan rata-rata (Independent Sample Test). Hasil dari penelitian t hitung = 0,159 sig (>0.05), maka H_0 ditolak, tidak terdapat perbedaan penggunaan fungsi gadget antara mahasiswa laki-laki dan perempuan, dimana laki-laki dominan digunakan untuk berkomunikasi, hiburan, melihat perwalian dan nilai online. Sedangkan perempuan dominan digunakan untuk berkomunikasi, melihat tugas online dan mengakses informasi untuk kebutuhan tugas dan perkuliahan. Tidak ada perbedaan usia pada mahasiswa laki-laki maupun perempuan yang menggunakan gadget yaitu paling banyak pada 19 tahun. Pada mahasiswa laki-laki yang mendasari motif penggunaan gadget adalah, cognitive, social integratif dan affective, sedangkan pada mahasiswa perempuan motif yang mendasarinya adalah social integratif dan motif cognitive.

Kata Kunci : Gender, Motif, Usia.

1. PENDAHULUAN

Pada saat ini, teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat. Mahasiswa, yang setiap harinya memiliki kegiatan perkuliahan tentunya dapat memanfaatkan teknologi informasi ini untuk menunjang segala kegiatannya, diantaranya untuk sarana komunikasi, sebagai hiburan, perwalian *online*, tugas *online*, nilai *online* ataupun segala informasi yang dibutuhkan untuk perkuliahan. *Gadget* merupakan salah satu teknologi yang canggih dan banyak yang menggunakannya termasuk oleh mahasiswa. Penggunaan *gadget* ini memiliki dampak positif maupun dampak negatif. Dampak positifnya dapat membantu mahasiswa dalam proses belajar, memperluas wawasan dan meningkatkan prestasinya, sedangkan dampak negatifnya dengan adanya *gadget* dapat memudahkan mahasiswa dalam mengakses internet, sehingga mereka dapat melakukan plagiat atau melakukan kecurangan dalam ujian.

UNIKOM merupakan salah satu universitas yang sudah menerapkan teknologi informasi terpadu dan *online*. Penggunaan sistem online UNIKOM diantaranya, data penerimaan calon mahasiswa baru, Kartu Rencana Studi (KRS), pembayaran uang kuliah, pencutian, materi perkuliahan, jadwal kuliah, absensi, Sistem Informasi Evaluasi Perkuliahan (SIMEP), penugasan dosen, informasi nilai, perwalian, sistem perpustakaan, dan lain-lain. Dengan diberlakukannya sistem *online* ini, maka mahasiswa sebaiknya ditunjang dengan *gadget* agar semua informasi yang berhubungan dengan tugas perkuliahan dapat diakses dimanapun dengan cepat.

Berdasarkan hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia), data statistik pengguna internet di Indonesia pada tahun 2016 adalah 132,7 juta *user* atau sekitar 51,5% dari total jumlah penduduk Indonesia sebesar 256,2 juta. Pengguna internet terbanyak ada di pulau Jawa dengan total pengguna 86.339.350 *user* atau sekitar 65% dari total penggunaan internet. Paling banyak pengguna internet yang menggunakan perangkat *mobile* (*smartphone*) sebesar 63,1 juta atau sekitar 47%. Banyaknya pengguna internet yang menggunakan perangkat *mobile* ataupun

gadget menjadi faktor penentu berubahnya perilaku individu dalam kegiatan sehari-hari, khususnya mahasiswa dalam menggunakan *gadget* untuk mencari berbagai informasi. Perubahan perilaku ini salah satunya dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Pada kenyataannya, *smartphone* ataupun *gadget* sudah menjadi media komunikasi utama. Hal tersebut dapat dilihat, bahwa sebagian besar mahasiswa pasti tidak bisa lepas dari *gadget*, baik dalam berkomunikasi, hiburan, mengunggah di media sosial ataupun mencari informasi untuk menunjang kegiatan perkuliahan.

Perilaku pengguna *gadget* diantara mahasiswa, khususnya pria dan wanita, tentunya akan berbeda tergantung dari kebutuhan dan motif penggunaan media. Penelitian ini bertujuan untuk mencari apakah ada perbedaan perilaku penggunaan fungsi *gadget* di kalangan mahasiswa UNIKOM dengan rentang usia antara 17 – 22 tahun berdasarkan gender.

1.1 Kebutuhan Informasi

Wersig dalam Bystrom (1999) yang menyatakan bahwa, kebutuhan informasi mencerminkan adanya persyaratan yang harus dipenuhi dalam melaksanakan tugas tertentu. Hal ini yang menyebabkan, perilaku informasi ditujukan untuk memenuhi kebutuhan informasi, karena pada dasarnya kebutuhan informasi ini digunakan untuk proses penyelesaian tugas. Informasi yang diperoleh pengguna (mahasiswa) bertujuan untuk menambah pengetahuan, serta meningkatkan wawasan dan keterampilan yang akhirnya dapat mengubah sikap dan perilakunya. Kebutuhan informasi bagi setiap pengguna tentunya berbeda antara pengguna yang satu dengan pengguna yang lain.

Konsep umum kebutuhan merupakan konsep psikologis yang mengacu pada kondisi kejiwaan (*mental states*) atau perhatian (*attention*) yang dicurahkan dalam suatu gagasan, dimana subjektivitas dan motivasi seseorang berperan besar dalam mendorong timbulnya ekspresi kebutuhan (Wilson, 2000). Merujuk pada pendapat Wilson, kebutuhan informasi manusia dalam tiga korteks, yaitu kebutuhan terkait dengan lingkungan seseorang (*personal environment*), peran sosial yang disandang (*social roles*), dan karakteristik individu (*individual characteristics*) (Godbold, 2006). Pirolli dan Card memandang bahwa pada dasarnya setiap manusia di era informasi ini merupakan *informavores* (Gleeson, 2001). *Informavores* merupakan deskripsi dari perilaku informasi manusia dalam masyarakat modern. Salah satu kebutuhan terbesar manusia adalah memenuhi kebutuhan kognitifnya.

Wilson mengartikan kebutuhan kognitif (*cognitif need*) sebagai “*need to find order and meaning in the environment*” (Eeva-Liisa, 1998). Kebutuhan ini berkaitan dengan motif seseorang untuk memperkuat atau menambah informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungannya. Dalam hal ini, lingkungan memiliki peran besar dalam membentuk perilaku mereka berdasarkan informasinya, demikian juga sebaliknya lingkungan informasi juga dibentuk oleh manusia. Sehingga, banyak alat yang digunakan dalam penemuan informasi masyarakat diadaptasi dari fluktuasi informasi dalam lingkungan (Gleeson, 2001).

1.2 Kebutuhan dan Motif Penggunaan Media

Kebutuhan dan motif penggunaan media atau *uses and gratifications* dimulai di lingkungan sosial, dimana yang dilihat adalah kebutuhan-kebutuhan umum. Lingkungan sosial meliputi ciri-ciri afiliasi kelompok dan kepribadian. Kebutuhan individual dikategorikan oleh (Effendy, 2003:294) yaitu, (1) kebutuhan kognitif (*cognitif needs*), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk memahami dan menguasai lingkungan juga memuaskan rasa penasaran dan dorongan untuk menyelidiki. (2) kebutuhan afektif (*affective needs*), kebutuhan berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional. (3) kebutuhan pribadi (*personal integrative needs*), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual. Hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri. (4) Kebutuhan sosial integratif (*social integrative needs*), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak keluarga, teman dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat berafiliasi. (5) kebutuhan pelepasan (*escapist needs*), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindar tekanan, tegangan, dan keinginan yang beragam.

Berbagai-macamnya kebutuhan tersebut menimbulkan motif-motif tertentu dalam diri seseorang untuk menentukan tindakannya, khususnya dalam motif penggunaan media. Motif jika dihubungkan dengan konsumsi media berarti segala alasan dan pendorong dalam diri seseorang menyebabkan orang tersebut menggunakan media dan tujuannya dalam menggunakan media tersebut. Keinginan dan kebutuhan masing-masing individu berbeda tergantung pada waktu atau tempat sehingga motif yang dimiliki individu akan berbeda pula.

2. METODOLOGI

2.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa UNIKOM tahun 2015 dari berbagai jurusan, yang sering menggunakan *gadget* untuk melakukan komunikasi, hiburan, melihat *nilai online*, melakukan perwalian *online*, *men-download* tugas *online* mencari informasi untuk kebutuhan perkuliahan. Responden terdiri dari mahasiswa laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 17-22 tahun, dan banyaknya responden masing-masing laki-laki maupun perempuan sebanyak 200 orang.

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey* dari responden dengan cara menggunakan kuesioner, wawancara serta faktor yang dipilih berdasarkan fungsi *gadget* yang sering dipakai oleh mahasiswa UNIKOM (komunikasi, hiburan, melihat *nilai online*, tugas *online*, melakukan perwalian *online* dan mencari informasi untuk kebutuhan perkuliahan).

2.3 Hipotesis Penelitian

H0 : Tidak ada perbedaan penggunaan fungsi *gadget* antara laki-laki dan perempuan

H1 : Ada perbedaan penggunaan fungsi *gadget* antara laki-laki dan perempuan

2.4 Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji t-test atau *independent sample t-test* yang merupakan teknik statistik untuk melihat perbedaan dua sampel dengan cara membandingkan *mean* pada dua kelompok atau dua kondisi yang berbeda. Perhitungan dilakukan dengan program SPSS versi 17.0.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil suvey, dapat diketahui bahwa penggunaan fungsi *gadget* laki-laki dan perempuan dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Fungsi Penggunaan Gadget Berdasarkan Gender

Fungsi Penggunaan Gadget	Laki-laki (orang)	Perempuan (orang)
Komunikasi	46	41
Hiburan	31	6
Perwalian Online	59	62
Tugas Online	12	30
Nilai Online	42	41
Informasi untuk kebutuhan kuliah	10	28
Total	200	200

Mahasiswa laki-laki cenderung *gadget* itu digunakan untuk sarana komunikasi, hiburan, melakukan perwalian *online*, melihat *nilai online*. Sedangkan bagi mahasiswa perempuan fungsi *gadget* digunakan sebagai sarana komunikasi, melakukan perwalian online, *men-download* tugas online, melihat *nilai online* serta mencari informasi untuk menunjang kuliah ataupun tugas.

Selanjutnya dapat dilihat pula, usia dari pengguna yang sering menggunakan *gadget* dalam setiap aktivitasnya, seperti ditunjukkan pada Tabel 2.

Tabel 2. Usia Pengguna Gadget

Usia (tahun)	Laki-laki (orang)	Perempuan (orang)
17	29	26
18	31	37
19	42	45
20	26	24
21	34	36
22	38	32
Total	200	200

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa usia pengguna *gadget* baik mahasiswa laki-laki dan perempuan dominan pada usia 19 tahun. Artinya, mahasiswa laki-laki dan perempuan pada usia 19 tahun lebih sering menggunakan *gadget* untuk melakukan segala aktivitasnya.

Adapun hasil dari pengolahan statistik dengan menggunakan SPSS 17.0 pada Tabel 3. menunjukkan bahwa, nilai *mean* dari laki-laki lebih besar dari perempuan yaitu $33,33 > 31,66$ artinya terdapat perbedaan kecil penggunaan fungsi *gadget* antara mahasiswa laki-laki dan perempuan.

Tabel 3. Group Statistics

Gender	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Data Laki-laki	6	33,3333	19,49017	7,95683
perempuan	6	31,6667	16,64532	6,79542

Hasil yang ditunjukkan dari tabel 4 yaitu, didapat nilai $F = 0.267$ dan $p = 0,616$ dan $p > 0.05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak ada perbedaan varians pada data penggunaan fungsi *gadget* laki-laki dan perempuan (data *equal*/homogen). Dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ dan taraf kepercayaan 95% , terlihat dari Tabel 3. t hitung = 0,159 sig (>0.05), artinya tidak terdapat perbedaan penggunaan fungsi *gadget* antara laki-laki dan perempuan, maka H_0 diterima.

Tabel 4. Hasil Uji t-test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper	
data	Equal variances assumed	,267	,616	,159	10	,877	1,66667	10,46369	-21,64790	24,98123
	Equal variances not assumed			,159	9,761	,877	1,66667	10,46369	-21,72551	25,05885

Perilaku penggunaan gadget yang dilakukan oleh mahasiswa laki-laki dan perempuan dilatarbelakangi oleh motif yaitu motif *cognitive*, motif *affective*, dan motif *social integratif*. Pada mahasiswa laki-laki yang mendasari motif penggunaan gadget adalah, *social integratif* dan *affective*. Pada mahasiswa laki-laki, motif *social integratif* gadget dipergunakan sebagai media komunikasi, untuk mejalin komunikasi dengan keluarga maupun orang lain melalui fasilitas seperti

Whatsapp, Line, Twitter, Facebook, dan media sosial lainnya. Aktivitas yang dilakukan didalam media komunikasi biasanya bertukar informasi, diskusi, dan sarana untuk memperluas pergaulan. Motif *affective*, gadget digunakan untuk bermain game, melihat Youtube, membaca berita, dan biasanya dilakukan pada saat menunggu kuliah selanjutnya, dikarenakan di kampus disediakan fasilitas *wifi area* yang dapat dimanfaatkan secara gratis.

Pada mahasiswa perempuan motif yang mendasarinya adalah *social integratif* dan *motif cognitive*. Motif *social integratif gadget* dipergunakan sebagai media komunikasi, untuk mejalin komunikasi dengan keluarga maupun orang lain melalui fasilitas media sosial seperti pada mahasiswa laki-laki. Sedangkan pada motif *cognitive* mahasiswa perempuan menggunakan *gadget* untuk kepentingan melihat tugas *online*, kegiatan mencari informasi untuk menunjang penyelesaian tugas praktikum dan mata kuliah lainnya, memperkaya sumber belajar, rasa ingin tahu terhadap informasi yang berkembang untuk memperluas wawasan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa, perilaku penggunaan gadget pada mahasiswa laki-laki yang mendasari motifnya adalah, *social integratif* dan *affective*, dimana efek yang dirasakan adalah sebagai penunjang media berkomunikasi dan mencari hiburan. Pada mahasiswa perempuan motif yang mendasarinya adalah *social integratif* dan *motif cognitive*, dimana efek yang dirasakan adalah sebagai penunjang media berkomunikasi dan meningkatkan efektivitas dalam pembelajaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Sanusi. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Salemba Empat, Jakarta.
- Byström, Katriina & K. Järvelin. 1995. *Task Complexity Affect Information Seeking and Use*. Department of Information Studies University of Tampere: Faculty of Social Science of the University of Tampere.
- Eeva-Liisa, E., 1998, University Student's Information Seeking Behaviour In A Changing Learning Environment, www.informationr.net/ir/4-2/isic/eeskola diakses tanggal 17 Februari 2017.
- Maulana, H., & Gumelar, G. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta Barat: Akademia Permata.
- Mun, W. F., Li, L. M., & Fernandez, P. R. (2011). *Mobile Phone the Must Have Gadget of the 21th Century': Identifying Trends and Impact on Human Relationship*. The journal of the South East Asia Research Centre for Communication and Humanities, 3 (2), 39-53.
- Effendy, O. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafah Komunikasi*. Aditya Bakti, Bandung
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. CV. Alfabeta.
- Wilson, TD., 2000, Human Information Behaviour, Informing Science. Vol. 3 no. 20, <http://inform.nu/Articles/Vol3/v3n2p49-56.pdf> diakses tanggal 17 Februari 2017.