

**GAYA HIDUP DIGITAL GENERASI MUDA DI KOTA
MEDAN**

*(Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab di Lingkungan XIX Kelurahan
Tanjung Rejo)*

SKRIPSI

DISUSUN OLEH :

HERMINATI FADILLAH SUHARTO

16 853 0016



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021**

GAYA HIDUP DIGITAL GENERASI MUDA DI KOTA MEDAN
(*Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab di Lingkungan XIX Kelurahan
Tanjung Rejo*)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Medan Area

DISUSUN OLEH :

HERMINATI FADILLAH SUHARTO

16 853 0016

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2021

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 30/5/22

Access From (repository.uma.ac.id)30/5/22

JUDUL SKRIPSI : GAYA HIDUP DIGITAL GENERASI MUDA DI
KOTA MEDAN (STUDI PADA PENGGUNA
APLIKASI GRAB DI LINGKUNGAN XIX
KELURAHAN TANJUNG REJO)

NAMA MAHASISWA : HERMINATI FADILLAH SUHARTO

NO. STAMBUK : 16.853.0016

PRODI : ILMU KOMUNIKASI



MENYETUJUI

KOMISI PEMBIMBING

(Rehia K. Isabela Barus, MSP)

Pembimbing I

(Armansyah Matondang, S.Sos, M.Si)

Pembimbing II

MENGETAHUI

(Ilma Saakinah Tamsil, M. Comm)

KaProdi Ilmu Komunikasi



(Kusmanto, MA)

Dekan FISIPOL

Tanggal Sidang Meja Hijau

29 Desember 2020

LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain yang telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 29 Desember 2020



Herminati Fadillah Suharto

16.853.0016

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Herminati Fadillah Suharto
NPM : 168530016
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jeniskarya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : “Pemanfaatan Media Sosial *Whatsapp Group* Dalam Meningkatkan Mutu Pembelajaran Siswa Siswi Lintas Angkasa Training Center Medan”

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada tanggal : 22 Januari 2021
Yang menyatakan




Herminati Fadillah Suharto)

MOTTO

**Jangan Pernah Melibatkan Orang Lain Atas
Kegagalan Yang Engkau Peroleh.**



PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbilamin

Ku bersyukur atas limpahan Rahmat dan Nikmat-Nya hingga hari ini aku dapat memetik hasil jerih payah dalam menyelesaikan perkuliahan selama delapan semester ini

Terimakasih

Kepada kedua orang tua ku, yang telah mendidik dan membesarkan aku sampai saat ini dan juga memberi dukungan untuk meraih kesuksesan ku dikemudian hari baik kesuksesan dunia maupun kesuksesan akhirat.

AAMIIN YA RABBAL ALAAMIIN

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat-syarat untuk bisa mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Medan Area. Judul skripsi ini adalah “Gaya Hidup Digital Generasi Muda Di Kota Medan (Studi Pada Pengguna Aplikasi *Grab* di Lingkungan XIX Kelurahan Tanjung Rejo) ”.

Penulis menyadari mengenai penulisan ini tidak bisa terselesaikan tanpa pihak-pihak yang mendukung baik secara moril dan juga materil. Maka, penulis menyampaikan banyak-banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Heri Kusmanto, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area
2. Ibu Ilma Saakinah Tamsil, M.Comm selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area.
3. IbuRehia K. Isabela Barus, MSP, selaku dosen Pembimbing Skripsi I yang sudah berkenan memberikan ilmu dan juga solusi untuk setiap permasalahan atau kesulitan dalam pembuatan dan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Armansyah Matondang, S.Sos, M.Siselaku dosen Pembimbing Skripsi II yang sudah bersedia mengarahkan dan membimbing penulis selama penyusunan skripsi dan memberikan tambahan ilmu dan solusi atas permasalahan dan kesulitan dalam penulisan skripsi ini.

5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area yang sudah berkenan memberikan pengetahuan yang sangat-sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
6. Segenap keluarga dan sahabat yang sudah menyemangati bahkan ikut membantu penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh teman-teman angkatan, terutama untuk kelas Ilmu Komunikasi Angkatan 2016 yang senantiasa mengisi hari-hari penulis menjadi sangat menyenangkan.
8. Segenap Staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area yang berkenan memberikan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari sempurna hal ini karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan adanya saran dan masukan bahkan kritik membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak khususnya dalam bidang ilmu komunikasi.

Medan, September 2020

Penulis,

Herminati Fadillah Suharto

168530016

GAYA HIDUP DIGITAL GENERASI MUDA DI KOTA MEDAN
(Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab di Lingkungan XIX Kelurahan Tanjung
Rejo)

HERMINATI FADILLAH SUHARTO

NIM: 16 853 0016

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku generasi muda mengenai gaya hidup digital bagi pemuda di Kelurahan Tanjung Rejo khususnya di lingkungan XIX dalam penggunaan aplikasi *Grab*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup digital berasal dari faktor internal dan eksternal. Faktor individu atau internal cenderung seperti motif kebutuhan. Penggunaan aplikasi secara rutin membuat informan sangat terbantu dan akhirnya muncul persepsi bahwa mereka bergantung dengan aplikasi ini. Faktor internal yang mempengaruhi gaya hidup adalah sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Faktor eksternal yang mempengaruhi adalah kelompok referensi, keluarga, kelas sosial dan kebudayaan.

Kata Kunci : Gaya Hidup Digital, *Grab*, Faktor Internal, Faktor Eksternal

E-LIFESTYLE OF YOUNG GENERATION IN MEDAN CITY

(Studies on Grab Application Users in the Area XIX of Tanjung Rejo Urban Village)

HERMINATI FADILLAH SUHARTO

NIM: 16 853 0016

ABSTRACT

This study aims to determine the behavior of the younger generation regarding the e-lifestyle for youth in Tanjung Rejo Urban Village, especially in the Area XIX in using the Grab application. This research uses descriptive qualitative research methods. The factors that influence the digital lifestyle come from internal and external. Individual or internal factors tend to be like motives for need. The application is used regularly helps the informant and create a perception that they depend on this application. Internal factors that influence lifestyle are attitudes, experiences, observations, personality, self-concept, motives and perceptions. External factors that influence are the reference group, family, social class and culture.

Keyword : E- Lifestyle, Grab, Internal Factors, External Factors

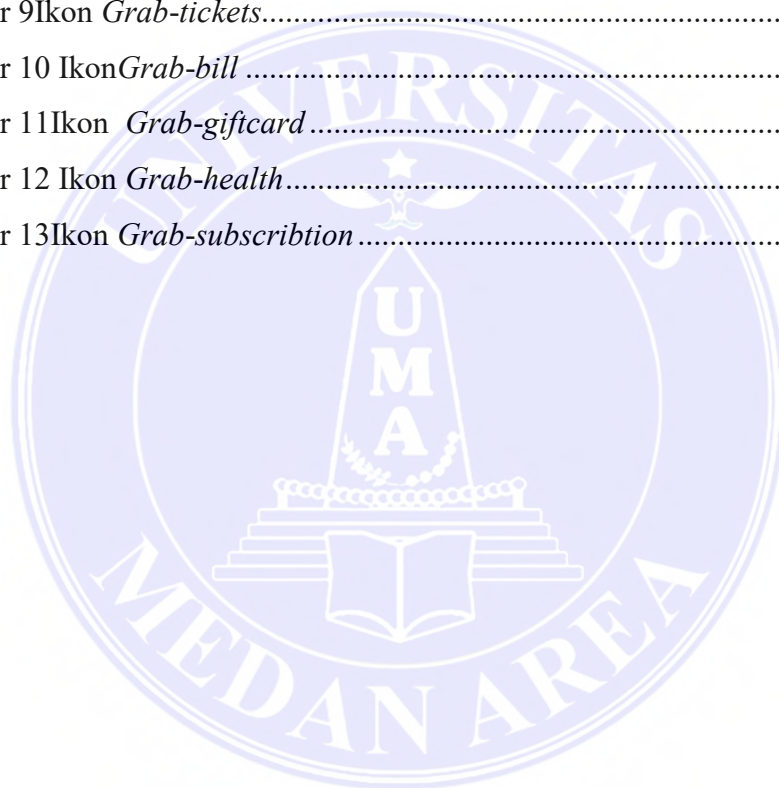
DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	1
LEMBAR PERNYATAAN	ii
PERNYATAAN PUBLIKASI.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Gaya Hidup Digital.....	9
2.1.1 Bentuk-Bentuk Gaya Hidup.....	12
2.1.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup	13
2.2 Generasi.....	17
2.2.1 Teori Perbedaan Generasi	17
2.3 Aplikasi <i>Mobile</i> dan Media Baru	20
2.3.1 Karakteristik Media Baru	23
2.3.2 Ciri-ciri Media Baru.....	24
2.3.3 Kelebihan Media Baru	24
2.4 Aplikasi Transportasi <i>Online</i>	25
2.5 Teori Determinisme Teknologi Komunikasi.....	26
2.6 Penelitian Terdahulu.....	30
BAB III.....	31
METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Metode Penelitian.....	31
3.1.1 Jenis Penelitian.....	31
3.1.2 Lokasi Penelitian.....	31

3.1.3	Waktu Penelitian	31
3.2	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	32
3.2.1	Sumber Data.....	32
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3	Instrumen Penelitian.....	34
3.4	Teknis Analisis Data.....	34
BAB IV		36
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		36
4.1	Tentang <i>Grab</i>	36
4.2	Gambaran Lokasi Penelitian.....	43
4.3	Hasil Penelitian.....	43
4.3.1	Informan 1	45
4.3.2	Informan 2	49
4.3.3	Informan 3	53
4.3.4	Informan 4	57
4.3.5	Informan 5	58
4.3.6	Informan 6	60
4.4	Pembahasan	62
4.4.1	Perilaku Generasi Muda Mengenai Gaya Hidup Digital.....	63
4.4.2	Faktor Yang Mempengaruhi Generasi Muda Mengenai Gaya Hidup Digital.....	65
BAB V.....		66
KESIMPULAN.....		66
5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA		68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Presentasi Pangsa Pasar <i>Grab</i>	6
Gambar 2 Logo <i>Grab</i>	37
Gambar 3 Ikon <i>Grab-car</i>	38
Gambar 4 Ikon <i>Grab-bike</i>	39
Gambar 5 Ikon <i>Grab-food</i>	39
Gambar 6 Ikon <i>Grab-send</i>	40
Gambar 7 Ikon <i>Grab-pulsa</i>	40
Gambar 8 Ikon <i>Grab-hotels</i>	41
Gambar 9 Ikon <i>Grab-tickets</i>	41
Gambar 10 Ikon <i>Grab-bill</i>	41
Gambar 11 Ikon <i>Grab-giftcard</i>	42
Gambar 12 Ikon <i>Grab-health</i>	42
Gambar 13 Ikon <i>Grab-subscription</i>	43



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbedaan Generasi (Lancaster & Stillman).....	18
Tabel 1.2 Perbedaan Generasi.....	20



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Wawancara Informan I.....	71
Lampiran B Hasil Wawancara Informan II.....	75
Lampiran C Hasil Wawancara Informan III	79
Lampiran D Hasil Wawancara Informan IV	83
Lampiran E Hasil Wawancara Informan V.....	86
Lampiran F Hasil Wawancara Informan VI.....	79
Lampiran G Dokumentasi	92



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era global perkembangan teknologi yang semakin hari semakin pesat, termasuk di dalamnya teknologi digital di dalam kehidupan manusia turut mempengaruhi tren gaya hidup digital. Perkembangan teknologi ini memberikan dampak yang cukup signifikan di dalam kehidupan. Perangkat teknologi semakin memudahkan manusia untuk menyelesaikan tugasnya. Perangkat teknologi seperti TV, Radio, *laptop*, *PC* maupun *smartphone* adalah salah satu dari sekian banyak perangkat teknologi yang ada. Perilaku manusia dalam teknologi memiliki interaksi di dalam lingkungan hidup sosioteknologi. Perangkat teknologi digital tak hanya menjadi penolong manusia untuk memudahkan aktivitas ataupun pekerjaan, namun sudah menjadi tren gaya hidup.

Dengan kemajuan teknologi saat ini yang telah berdampak pada pekerjaan masyarakat khususnya di perkotaan baik secara langsung maupun tidak langsung telah mengalami perubahan gaya hidup masyarakat. Perubahan gaya hidup mendorong masyarakat modern saat ini menjadi masyarakat yang cenderung konsumtif. Hal ini karena masyarakat sangat membutuhkan efektivitas dalam segala aspek kehidupan dengan prinsip yang lebih praktis, sehingga dapat mempersingkat waktu mereka dan tidak mengganggu pekerjaan.

Gaya hidup selalu identik dengan cara hidup individu. Gaya hidup suatu kelompok masyarakat berbeda dengan masyarakat lainnya. Bahkan dari masa ke masa, tahun ke tahun gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat

tertentu akan bergerak dinamis. Gaya hidup mempengaruhi cara seseorang menampilkan dirinya di hadapan orang lain dan bagaimana ia membangun identitas di hadapan lingkungan sosialnya. Saat ini perubahan gaya hidup yang konsumtif sangat terlihat pada generasi modern yang biasa disebut dengan generasi muda.

Indonesia, dengan penduduk terbanyak keempat terbanyak di dunia juga memiliki masyarakat yang terjebak dengan tren. Hal ini dapat dilihat pada masyarakat usia muda atau generasi muda (Anggelika:2016). Generasi muda merupakan generasi yang dinilai sangat identik dengan kehidupan yang modern, konsumtif dan praktis. Penggunaan teknologi menjadi semakin sering digunakan dan menjadi kebutuhan bagi generasi muda sekarang terutama dengan teknologi berbasis *mobile* khususnya *smartphone*. Generasi sekarang menjadi semakin dekat dengan perangkat-perangkat berbasis teknologi untuk memudahkan aktivitas mereka. Hal ini lebih dikenal dengan istilah *e-lifestyle* atau gaya hidup digital.

Gaya hidup digital kini sudah menjadi salah satu bagian keseharian yang lumrah generasi muda terutama di perkotaan. Masyarakat hidup dengan perangkat digital seperti tak terpisahkan dengan perangkat digitalnya menjadikan hal yang penting dalam melakukan aktivitas sehari-hari mereka. Hampir separuh waktu manusia terutama di kota-kota besar seperti Kota Medan dihabiskan untuk menggunakan perangkat digital, baik dalam pekerjaan maupun berkomunikasi atau hanya untuk hiburan saja. Globalisasi telah mendidik manusia atau individu menjadi melibatkan penerapan gaya hidup digital secara rutin pada aktivitas sehari-harinya di masing-masing kelompok. Kelompok yang mudah menerima teknologi salah satunya masyarakat perkotaan khususnya generasi muda atau

pemuda. Perubahan-perubahan sosial selalu dipengaruhi oleh hal-hal baru di kalangan generasi muda yang menciptakan suatu keadaan yang berbeda dengan keadaan sebelumnya dalam sistem sosial. Kebiasaan masyarakat di kalangan generasi muda dalam melakukan pemesanan perjalanan pun juga terpengaruh dalam tren gaya hidup digital. Dahulu layanan ojek hanya dipakai oleh kalangan menengah kebawah untuk berpergian dan kurang digemari dan dianggap tidak praktis oleh penggunanya karena dilakukan tawar-menawar. Jika ingin menggunakan kendaraan umum harus menunggu sampai ketemu, tetapi sekarang dengan mengandalkan teknologi digital semua menjadi lebih praktis dengan menggunakan transportasi umum yang dapat di pesan secara *online*. Transportasi *online* yang telah terintegrasi dengan keberadaan teknologi yang maju dengan adanya *platform* dengan *User Interface* (tampilan) yang memudahkan pengguna di dalam *smartphone* membantu sekali dalam mobilitas dan dapat menghemat tenaga serta waktu. Selain lebih efisien praktis dan menghemat waktu, transportasi *online* juga dinilai lebih aman, nyaman, serta kepastian tarif yang terjangkau dikarenakan sudah tertera di aplikasi. Aplikasi yang dapat berbasis iOS ataupun android. Jasa transportasi berbasis *online* merupakan tuntutan persaingan yang mengharuskan peran teknologi di dalam mempermudah mobilitas masyarakat. (Wijaya, 2016:27).

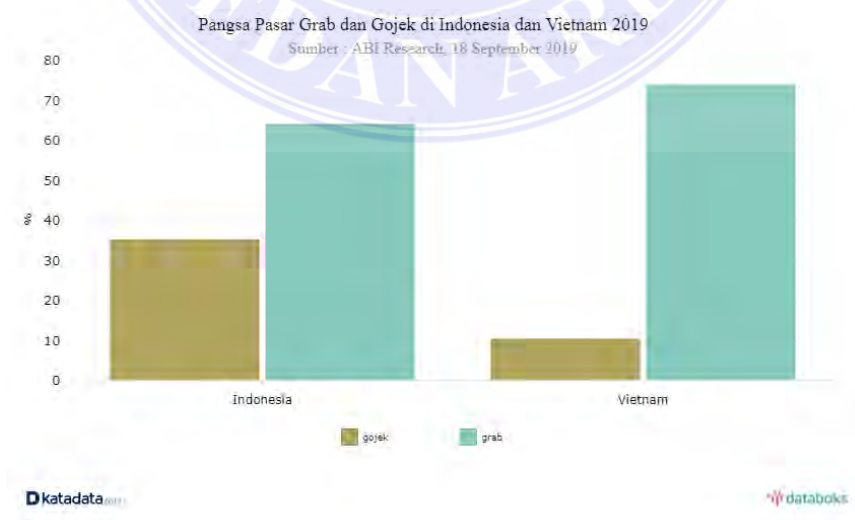
Fenomena jasa transportasi berbasis aplikasi *online* diyakini merupakan jawaban atas kebutuhan masyarakat sekarang yang membutuhkan akan transportasi yang mudah didapatkan, cepat, nyaman dan murah. Banyak faktor yang membuat aplikasi berbasis *online* ini dibutuhkan oleh banyak masyarakat

khususnya di kota-kota besar. Meningkatnya fenomena ini semakin menjamur di Indonesia khususnya kota Medan. Kota Medan sebagai salah satu dari lima kota besar yang ada di Indonesia tak luput dari daerah yang menjadi lokasi penyebaran *Grab*. Transportasi *online* yang identik dengan jaket berwarna hijau dan perpaduan garis hitam ini sudah banyak dijumpai di jalanan Kota Medan. Dilihat dari sisi kebutuhan masyarakat, transportasi *online* sudah menjadi sebuah alternatif tersendiri karena jalanan yang mulai macet dan kepadatan kendaraan yang dapat mengganggu waktu serta posisi lingkungan yang tidak dilewati angkutan umum roda empat sehingga masyarakat membutuhkan transportasi *online*. Di sisi lain hal seperti ini bisa menjadikan suatu kebiasaan masyarakat menjadi malas melakukan sendiri dan konsumtif dalam mengkonsumsi aplikasi transportasi *online*.

Grab adalah salah satu aplikasi transportasi *online* yang tersedia. Aplikasi ojek *online* di Medan saat ini yang menjadi *best friendly transportation* adalah aplikasi *Grab*. *Grab* yang sebelumnya dikenal dengan nama *GrabTaxi* merupakan perusahaan asal Singapura berdiri pada tahun 2012 yang menyediakan layanan transportasi dan tersedia di enam negara Asia Tenggara, yakni Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Filipina, dan Indonesia. Sampai saat ini jumlah unduhan di *Google Playstore* mencapai di atas 100 juta unduhan dan 6.197.124 pengguna telah memberi ulasan per tanggal 20 Oktober 2020. (Sumber: *Google Playstore*, diakses 20 Oktober 2020)

Grab mulai memasuki bisnis transportasi *online* di Indonesia mulai tahun 2015. Diawali dengan peluncuran *Grabcar*, dimana mobil pribadi beroperasi mengangkut penumpang yang berbasis *online* di Bali. Hasil riset yang

dikeluarkan oleh *ABI Research* perusahaan riset asal Inggris inimenunjukkan, *Grab* memimpin pasar transportasi *online* di Indonesia dan Vietnam, dengan pangsa pasar masing-masing sebesar 64% dan 74%. Gojek sebagai pesaing utama *Grab* hanya memiliki pangsa pasar sebesar 35,3% di Indonesia dan 10,3% di Vietnam. *Smart Mobility Principal Analyst ABI Research*, James Hodgson, mengemukakan bahwa pertumbuhan transportasi *online* melambat. Pada 2018, penetrasinya mencapai 22 miliar sedangkan pada 2019 diproyeksikan sedikit di bawah angka tersebut. Oleh karena itu, perlu adanya pengembangan layanan di luar transportasi. Beragamnya layanan di luar transportasi *online* juga mengantarkan *Grab* memimpin pasar di Indonesia dan Vietnam. *ABI* menyebutkan dominasi *Grab* di kedua negara ini lantaran *Grab* berhasil mengakomodir permintaan masyarakat melalui layanan *GrabExpress*, *GrabFood*, *GrabFresh*, dan *GrabFinancial*. Gambar 1 adalah data yang dikeluarkan oleh *ABI Research* mengenai Pangsa Pasar *Grab* dan Gojek di Indonesia dan Vietnam pada tahun 2019.



Gambar 1 presentasi pangsa pasar *Grab* dan Gojek
 Sumber : databoks.katadata.co.id

Pada akhir 2018 lalu, *Grab* juga mengklaim telah menguasai 70% pasar taksi online dan 65% pasar ojek online. *Grab* telah hadir di 339 kota di delapan negara, dan 224 ada di Indonesia.

Hampir semua masyarakat di Indonesia khususnya Medan mengetahui dan minat akan aplikasi ojek *onlineGrab* ini yang terkenal. Berdasarkan hasil *Survei CostumerAwareness* sebanyak 75% dan 61% responden menyebutkan bahwa *Grab* merupakan merek (brand) yang mereka gunakan dalam 6 dan 3 bulan terakhir. Sementara itu, 62% dan 58% responden memilih Go-jek untuk katagori yang sama. Melihat dari data tersebut, konsumen lebih banyak menggunakan *Grab*, setidaknya hingga kuartal 4/2018. Sebanyak 34% pengguna *Grabcar*, salah satu layanan dari *Grab* menyebutkan bahwa mereka menggunakan layanan itu sebanyak 3-4 kali per minggu. Dalam layanan *Grabbike* yang menggunakan 1-2 kali dalam sehari ada 58% dan 27% responden memilih layanan *Grabfood* untuk menjadi andalan jasa pesan makanan. (Sumber: databoks.katadata.co.id, diakses pada 01 Juni 2020)

Dalam penelitian ini, peneliti akan memilih aplikasi *Grab* dan semua layanan yang ada di dalamnya untuk mengetahui gaya hidup generasi muda melalui penggunaan aplikasi *Grab*. Dalam hal ini, peneliti akan memfokuskan pada lingkup masyarakat khususnya generasi muda atau pemuda. Sasaran dari penelitian ini adalah pemuda yang menjadi pelanggan atau pengguna aplikasi *Grab* di lingkungan Kelurahan Tajung Rejo lingkungan XIX Medan Sunggal. Lingkungan XIX merupakan salah satu lingkungan yang tidak memiliki jalur angkutan kota (*angkot*), jadi penduduk lingkungan XIX harus menuju ke jalan

yang memiliki jalur angkutan kota jika ingin menggunakannya. Lingkungan XIX juga memiliki angka produktivitas yang paling tinggi sekitar 8.251 jiwa, dibanding lingkungan lainnya yang tidak memiliki jalur angkutan kota lainnya seperti lingkungan XVI memiliki penduduk usia produktif 236 jiwa dan lingkungan XVII memiliki 157 jiwa.

Maka dari itu berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik mengambil tema penelitian dengan judul **“Gaya Hidup Digital Generasi Muda di Kota Medan” (Studi Pada Pengguna Aplikasi *Grab* di Lingkungan XIX Kelurahan Tanjung Rejo) .**

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada perilaku generasi muda di Kota Medan Kelurahan Tanjung Rejo lingkungan XIX Medan tunggal dalam menggunakan layanan yang ada pada aplikasi *Grab* dalam gaya hidup digital.

1.3 Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka peneliti merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana perilaku generasi muda mengenai gaya hidup digital pada penggunaan aplikasi *Grab*?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi generasi muda Kelurahan Tanjung Rejo khususnya di lingkungan XIX dalam gaya hidup digital pada aplikasi *Grab*?

1.4 Tujuan Penelitian

Bedasarkan rumusan di atas maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perilaku generasi muda mengenai gaya hidup digital bagi pemuda di Kelurahan Tanjung Rejo khususnya di lingkungan XIX dalam penggunaan aplikasi *Grab*.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi generasi muda dalam gaya hidup yang di wujudkan pada pengguna layanan aplikasi *Grab* di wilayah Kelurahan Tanjung Rejo khususnya di lingkungan XIX.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini nantinya dapat diharapkan bermanfaat bagi lingkungan akademis khususnya ilmu komunikasi dan bagi mahasiswa. Manfaat yang diharapkan peneliti yakni sebagai berikut:

1. Bagi Akademis, Penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi sumber informasi yang berarti bagi keilmuan khususnya ilmu komunikasi dalam gaya hidup terhadap penggunaan media baru.
2. Untuk kalangan praktisi, penelitian ini diharapkan mampu menjadi masukan pembaca untuk memperkaya pengetahuan mengenai teknologi aplikasi saat ini khususnya *Grab* yang dihubungkan dengan gaya hidup digital dan juga menjadi sarana pembelajaran yang berkaitan dengan perilaku konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Gaya Hidup Digital

Gaya hidup digital atau *e-lifestyle* berasal dari kata “*life*” dan “*style*”. *Life* artinya hidup atau kehidupan, sedangkan *style* adalah gaya, ragam, corak, macam, tipe, dalam seni atau desain adalah cara menyusun atau mengorganisasikan elemen-elemen sehingga menghasilkan komposisi yang bermakna. Gaya hidup selalu identik dengan cara hidup seseorang. Namun sebenarnya, gaya hidup berbeda dengan cara hidup. Cara hidup ditampilkan dengan ciri-ciri seperti norma, ritual, pola tatanan sosial dan cara berbicara yang khas. Pada saat yang sama, gaya hidup adalah cara berperilaku yang dapat membedakan seseorang dari yang lain, yang diekspresikan melalui apa yang mereka kenakan kepada seseorang, apa yang dia konsumsi, dan perilakunya di depan orang lain. (Piliang: 2003).

E-lifestyle atau gaya hidup digital adalah istilah yang menggambarkan fenomena zaman ini, yakni sebagai revolusi gaya hidup (bukan budaya hidup) suatu kelompok akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang makin pesat. Dengan menggunakan peranti digital, hampir segala pekerjaan manusia bisa dilakukan dengan lebih efisien dalam arti menghemat biaya, waktu yang digunakan dan juga sumber daya. Adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi juga dengan lebih efektif karena tujuan pekerjaan bisa dicapai lebih cepat daripada sebelumnya. Para ahli mengatakan bahwa tujuan utama *e-lifestyle* adalah optimalisasi produktivitas dengan bantuan berbagai perangkat teknologi informasi dan komunikasi. sejak beberapa tahun belakangan ini, masyarakat mulai menunjukkan penerapan gaya hidup digital dalam rutin

kehidupan masing-masing baik disadari atau tidak. fenomena ini bukan saja oleh kelompok yang mudah menerima teknologi seperti generasi muda, eksekutif, dan pekerja. Orang awam pun juga tidak ketinggalan ikut berperan dalam penerapan teknologi informasi dan komunikasi. Minat manusia dalam berbagai barang dipengaruhi oleh gaya hidupnya dan barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut. Gaya hidup seseorang adalah gaya hidup yang diekspresikan oleh aktivitas, minat, dan pendapat orang. Pada prinsipnya gaya hidup adalah cara seseorang mengatur waktu dan uang. Gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang dan pada akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang..

Penjelasan tentang gaya hidup dari beberapa ahli menyatakan gaya hidup konsumen atau individu adalah pola dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam bentuk kegiatan, minat dan pendapat atau opini dari individu tersebut. Gaya hidup juga menggambarkan keseluruhan pribadi yang berinteraksi terhadap lingkungannya. Oleh karena itu faktor aktivitas, minat dan opini (AIO) dipergunakan untuk meneliti kategori gaya hidup seorang konsumen (Kotler, 2011; Kaharu, D., & Budiarti, A., 2016).

Gaya hidup dari masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan dari waktu ke waktu gaya hidup dari individu dan suatu kelompok akan selalu bergerak dinamis. Namun demikian, gaya hidup tidak selalu cepat berubah sehingga pada beberapa waktu tertentu gaya hidup akan cenderung permanen (Setiadi, 2003; Fitriyadin, E., 2016).

Gaya hidup adalah ekspresi dari ambisi individual untuk menciptakan identitas pribadi secara spesifik, personal, sosial, dan kultural (Johanson dan Miegel : 1992). Konsep gaya hidup sering kali digunakan dalam mendeskripsikan

dan mengelompokkan beragam pola dari penggunaan media, sering kali sebagai bagian dari konstelasi sikap dan perilaku yang lain (McQuail:2011).

Dari beberapa penjelasan teori yang dikutip dari beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah pola hidup seseorang di mana setiap individu atau konsumen mempunyai kebutuhan yang berbeda-beda tergantung dengan kelompok acuan mereka dan sesuai dengan aktivitas, minat dan opini konsumen sendiri. Gaya hidup merupakan ciri sebuah era modern zaman sekarang. Pada era masyarakat modern, gaya hidup mempengaruhi cara seseorang menampilkan dirinya di hadapan orang lain dan bagaimana ia membangun identitas dihadapan lingkungan sosialnya. Gaya hidup sebagai pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. Gaya hidup tergantung dalam kultural yang masing-masing merupakan gaya, tata karma, cara menggunakan barang dan waktu tertentu yang merupakan karakteristik suatu individu dan kelompok, namun bukan sebagai suatu pengalaman sosial, tetapi lebih cenderung kepada seperangkat praktik dan sikap-sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu (David Channey: 2011).

Pada zaman sekarang saat ini tidak bisa dipungkiri pengguna teknologi semakin sering digunakan oleh masyarakat terutama terkait dengan teknologi berbasis *mobile* khususnya *smartphone*. Masyarakat menjadi semakin dekat dengan perangkat-perangkat berbasis teknologi untuk memudahkan aktivitas mereka. Hal ini lebih dikenal sebagai *e-lifestyle*. *E-lifestyle* adalah istilah yang menggambarkan fenomena zaman sekarang, yakni revolusi gaya hidup akibat perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat.

2.1.1 Bentuk Gaya Hidup

Menurut Chaney ada beberapa bentuk gaya hidup (Idi Subandy, 1997), antara lain :

a. **Industri Gaya Hidup**

Dalam era gaya hidup, diri semacam ini tampak mengalami estetika, “estetika kehidupan sehari-hari”, bahkan tubuh / diri mengalami estetika tubuh. Tubuh / diri dan kehidupan sehari-hari juga menjadi proyek, benih-benih gaya hidup. “Kamu bergaya maka kamu ada!” Adalah ungkapan yang mungkin cocok untuk menggambarkan hobi fashion orang modern. Inilah sebabnya mengapa industri gaya hidup kebanyakan adalah industri penampilan.

b. **Iklan Gaya Hidup**

Dalam masyarakat modern, perusahaan (korporasi), politisi, dan individu terobsesi dengan citra. Di era globalisasi informasi saat ini, dampak iklanlah yang berperan besar dalam pembentukan budaya citra dan budaya rasa, Gaya visual yang diberikan oleh iklan-iklan tersebut terkadang memabukkan. Iklan merepresentasikan cara hidup dengan secara halus (halus) menunjukkan pentingnya citra diri di depan umum. Iklan juga lambat tapi pasti akan mempengaruhi pilihan rasa yang kita buat.

c. **Public Relations dan Journalisme Gaya Hidup**

Pemikiran terbaru dalam dunia promosi menyimpulkan bahwa dalam budaya berbasis (celebrity based-culture), selebriti membantu membentuk identitas konsumen masa kini. Dalam budaya konsumtif, identitas menjadi "aksesori fashion". Wajah generasi baru, yang dikenal sebagai anak Generasi E, kini dianggap dibentuk melalui identitas yang diilhami oleh selebriti-cara mereka online, cara mereka berganti pakaian-jalan. Artinya, selebriti dan gambar mereka akan digunakan kapan saja untuk membantu konsumen berpartisipasi dalam parade identitas.

d. **Gaya hidup mandiri**

Menjadi mandiri adalah mampu bertahan tanpa harus bergantung sepenuhnya pada hal lain. Oleh karena itu, Anda perlu memiliki kemampuan untuk mengenali kekuatan dan kelemahan Anda sendiri, dan memiliki kemampuan untuk membuat strategi berdasarkan kekuatan dan kelemahan tersebut untuk mencapai tujuan Anda. Nalar adalah alat untuk merumuskan strategi. Tanggung jawab berarti melakukan perubahan secara sadar, memahami setiap risiko yang akan terjadi, dan bersedia mengambil risiko, serta membentuk gaya hidup mandiri dengan disiplin. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumeris tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas membuat pilihan yang bertanggung jawab dengan bebas dan secara kreatif berinovasi untuk mendukung kemandirian tersebut

e. **Gaya Hidup Hedonis**

Gaya hidup hedonis merupakan gaya hidup yang aktivitasnya hanya untuk bersenang-senang, seperti menghabiskan lebih banyak waktu di luar rumah, lebih banyak bermain game, merasa senang di antara keramaian perkotaan, suka membeli barang mahal yang disukai dan selalu diinginkan. Fokus perhatian. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa bentuk gaya hidup dapat berupa gaya hidup mulai dari penampilan hingga media periklanan, gaya artis idola, gaya hidup hanya untuk hiburan hingga gaya hidup mandiri yang membutuhkan penalaran dan tanggung jawab. Perilakunya.

2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Menurut pendapat Amstrong 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. Lebih lanjut Amstrong menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Adapun Faktor internal yaitu sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi dengan penjelasannya sebagai berikut (Nugraheni: 2003) :

- a. **Sikap**
Sikap mengacu pada keadaan pikiran dan keadaan pikiran, siap bereaksi terhadap objek yang diatur melalui pengalaman dan secara langsung mempengaruhi perilaku. Keadaan mental sebagian besar dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, budaya dan lingkungan sosial.
- b. **Pengalaman dan Pengamatan**
Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial orang-orang terhadap perilaku, dapat memperoleh pengalaman dari semua perilaku masa lalu, dan dapat memperoleh pengalaman melalui pembelajaran, dan orang dapat memperoleh pengalaman darinya. Hasil dari pengalaman sosial akan mampu membentuk suatu pandangan terhadap objek tersebut.
- c. **Kepribadian**
Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik pribadi dan pola perilaku yang menentukan perbedaan perilaku setiap orang.
- d. **Konsep diri**

Faktor lain yang menentukan karakter pribadi adalah konsep diri. Konsep diri telah menjadi metode yang diterima untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dan citra merek. Bagaimana seseorang mempersepsikan dirinya mempengaruhi minatnya pada objek. Sebagai inti dari model kepribadian, konsep diri akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi masalah kehidupan, karena konsep diri merupakan kerangka acuan awal berperilaku.

e. Motif

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

f. Persepsi

Persepsi adalah proses di mana seseorang memilih, mengatur, dan menafsirkan informasi untuk membentuk gambaran dunia yang bermakna.

Adapun faktor eksternal yang mempengaruhi gaya hidup sebagai berikut:

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. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, prestise hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

d) Kebudayaan

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup berasal dari dalam (internal) dan dari luar (eksternal). Faktor internal meliputi sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif dan persepsi. Adapun faktor eksternal meliputi kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

Orang-orang yang berasal dari sub-budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang sama dapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” yang berinteraksi dengan lingkungannya. Pemasar mencari hubungan antara produknya dengan kelompok gaya hidup konsumen. Contohnya, perusahaan penghasil komputer mungkin menemukan bahwa sebagian besar pembeli komputer berorientasi pada pencapaian prestasi. Dengan demikian, pemasar dapat dengan lebih jelas mengarahkan mereknya ke gaya hidup orang yang berprestasi.

Terutama bagaimana dia ingin dipersepsikan oleh orang lain, sehingga gaya hidup sangat berkaitan dengan bagaimana ia membentuk image di mata orang lain, berkaitan dengan status sosial yang disandangnya. Untuk merefleksikan *image* inilah, dibutuhkan simbol-simbol status tertentu, yang sangat berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumsinya.

2.2 Generasi

Menurut Mannheim (1952) generasi adalah suatu konstruksi sosial dimana didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama. Lebih lanjut Mannheim (1952) menjelaskan bahwa individu yang menjadi bagian dari satu generasi, adalah mereka yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang waktu 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial dan dimensi sejarah yang sama.

2.2.1 Teori Perbedaan Generasi

Dalam literatur tentang perbedaan generasi digunakan kriteria yang umum dan bisa diterima secara luas diberbagai wilayah, dalam hal ini kriteria yang dipakai adalah tahun kelahiran dan peristiwa – peristiwa yang terjadi secara global (Twenge, 2006). Beberapa hasil penelitian secara konsisten membandingkan perbedaan generasi, dengan sampel mulai dari tahun 1950an sampai dengan awal tahun 2000, menunjukkan perbedaan karakteristik dari 3 kelompok generasi, yaitu generasi *baby boomers*, generasi X dan generasi Y (Millennial), salah satunya adalah penelitian dari Lancaster & Stillman (2002), yang memberikan hasil sebagai berikut :

Faktor	<i>Baby Boomer</i>	<i>Generation X</i>	<i>Generation Millenials</i>
Sikap	Optimis	Spektis	Realistis

Gambaran	Generasi ini percaya pada adanya peluang, dan seringkali terlalu idealis untuk membuat perubahan positif didunia. Mereka juga kompetitif dan mencari cara untuk melakukan perubahan dari sistem yang sudah ada.	Generasi yang tertutup, sangat independen dan punya potensi, tidak bergantung pada orang lain untuk menolong mereka	Sangat menghargai perbedaan, lebih memilih bekerja sama daripada menerima perintah, dan sangat pragmatis ketika memecahkan persoalan
Kebiasaan Kerja	Punya rasa optimis yang tinggi, pekerja keras yang menginginkan penghargaan secara personal, percaya pada perubahan dan perkembangan diri sendiri	Menyadari adanya keragaman dan berpikir global, ingin menyeimbangkan antara pekerjaan dengan kehidupan, bersifat informal, mengandalkan diri sendiri, menggunakan pendekatan praktis dalam bekerja, ingin bersenang – senang dalam bekerja, senang bekerja dengan teknologi terbaru	Memiliki rasa optimis yang tinggi, fokus pada prestasi, percaya diri, percaya pada nilai-nilai moral dan sosial, menghargai adanya keragaman

Tabel 1.1 Perbedaan Generasi (Lancaster dan Stillman)

Hasil penelitian lain menunjukkan hasil yang secara umum memiliki kesamaan. *Veteran generation* atau sering juga disebut sebagai *silent generation* adalah generasi yang konservatif dan disiplin (Howe & Strauss, 1991), *Baby boom generation* adalah generasi yang materialistis dan berorientasi waktu (Howe & Strauss, 1991).

Generasi X adalah generasi yang lahir pada tahun – tahun awal dari perkembangan teknologi dan informasi seperti penggunaan PC (*personal computer*), *video games*, tv kabel, dan internet. Ciri – ciri dari generasi ini adalah mampu beradaptasi, mampu menerima perubahan dengan baik dan disebut

sebagai generasi yang tangguh, memiliki karakter mandiri dan loyal, sangat mengutamakan citra, ketenaran, dan uang, tipe pekerja keras, menghitung kontribusi yang telah diberikan perusahaan terhadap hasil kerjanya (Jurkiewicz, 2000).

Generasi Y dikenal dengan sebutan generasi millennial atau milenium. Ungkapan generasi Y mulai dipakai pada editorial koran besar Amerika Serikat pada Agustus 1993. Generasi ini banyak menggunakan teknologi komunikasi instan seperti *e-mail*, *SMS*, *instant messaging* dan media sosial seperti *facebook* dan *twitter*, dengan kata lain generasi Y adalah generasi yang tumbuh pada era *internet booming* (Lyons, 2004). Lebih lanjut (Lyons, 2004) mengungkapkan ciri – ciri dari generasi Y adalah karakteristik masing-masing individu berbeda, tergantung dimana ia dibesarkan, strata ekonomi, dan sosial keluarganya, pola komunikasinya sangat terbuka dibanding generasi-generasi sebelumnya, pemakai media sosial yang fanatik dan kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya, memiliki perhatian yang lebih terhadap kekayaan.

Bangkitnya Generasi Z

Kemajuan jaman juga menyebabkan komposisi penduduk tiap generasi akan berubah, komposisi kelompok baby boomers mulai menurun, jika terkait dengan usia produktif dan komposisi angkatan kerja maka jumlah kelompok generasi X dan Y yang terbanyak. Selain itu mulai bangkit generasi yang mulai memasuki angkatan kerja yang disebut dengan generasi Z. Penelitian Bencsik,

Csikos, dan Juhez (2016) menunjukkan masuknya Generasi Z didalam kelompok generasi, yang dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tahun Kelahiran	Nama Generasi
1925-1946	<i>Veteran Generation</i>
1946-1960	<i>Baby Boom Generation</i>
1960-1980	<i>X Generation</i>
1980-1995	<i>Y Generation</i>
1995-2010	<i>Z Generation</i>
2010+	<i>Alpha Generation</i>

Tabel 1.2 Perbedaan Generasi

Enam kelompok generasi tersebut memiliki karakteristik yang berbeda – beda. Generasi paling muda yang baru memasuki angkatan kerja adalah generasi Z, disebut juga *iGeneration* atau generasi internet. Generasi Z memiliki kesamaan dengan generasi Y, tapi generasi Z mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu (*multi tasking*) seperti: menjalankan sosial media menggunakan ponsel, *browsing* menggunakan PC, dan mendengarkan musik menggunakan *headset*. Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil generasi ini sudah mengenal teknologi dan akrab dengan *gadget* canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian.

Forbes Magazine membuat survei tentang generasi Z di Amerika Utara dan Selatan, di Afrika, di Eropa, di Asia dan di Timur Tengah. 49 ribu anak-anak ditanya (Dill: 2015). Atas dasar hasil itu dapat dikatakan bahwa generasi Z adalah generasi global pertama yang nyata. Teknologi tinggi dalam darah mereka, mereka telah tumbuh di lingkungan yang tidak pasti dan kompleks yang menentukan pandangan mereka tentang pekerjaan, belajar dan dunia. Mereka memiliki harapan yang berbeda di tempat kerja mereka, berorientasi karir, generasi profesional yang ambisius, memiliki kemampuan teknis-dan pengetahuan bahasa pada tingkat tinggi. Oleh karena itu, mereka tenaga kerja yang sangat baik. Pengusaha harus mempersiapkan untuk terlibat generasi Z karena mereka adalah karyawan yang efektif di era digital (Elmore, 2014: Putra, Y. S., 2017).

2.3 Aplikasi *Mobile* dan Media Baru

Aplikasi *mobile* adalah sebuah bahasa pemrograman yang mempresentasikan apa yang seharusnya dilakukan oleh perangkat lunak atau bagaimana suatu proses perangkat lunak seharusnya menyelesaikan programnya. (Bentley:2007). Dengan menggunakan aplikasi *mobile* dapat dengan mudah melakukan berbagai macam aktifitas mulai dari hiburan, belajar, mengerjakan pekerjaan kantor dan lain sebagainya hanya dengan menggunakan *gadget-gadget* seperti *smartphone* ataupun *tablet*. Dengan menggunakan aplikasi *mobile* Anda dapat dengan mudah melakukan berbagai macam aktifitas mulai dari hiburan, berjualan, mengerjakan pekerjaan kantor dan lain sebagainya.

Pemanfaatan aplikasi *mobile* untuk hiburan banyak digemari oleh pengguna telepon selular, karna dengan pemanfaatan adanya fitur *game*, *music player*, sampai *video player* membuat semakin mudah menikmati hiburan kapan

saja dan dimanapun. Sedangkan menurut Bentley aplikasi *mobile* adalah sebuah bahasa pemrograman yang mempresentasikan apa yang seharusnya dilakukan oleh perangkat lunak atau bagaimana suatu proses perangkat lunak seharusnya menyelesaikan programnya (Bentley:2007). Perkembangan dan pertumbuhan *new media* merupakan fenomena paling aktual yang dihadapi. Karakteristik *new media* yang konvergen, tak mengenal ruang dan waktu, dan sederet karakter kebaruan yang melingkupinya telah mengubah karakter masyarakat dalam kehidupan bermedia serta berimplikasi langsung pula terhadap kehidupan manusia modern, baik secara sosiologis kemasyarakatan ataupun secara individualis psikologis.

Media baru atau sering disebut sebagai *new media* merupakan konsep yang dipahami secara beragam. namun demikian, di antara sekian banyak definisi dan konsep yang ada, sebuah rumusan bersama bisa dirujuk. pengertian media baru merujuk pada media dengan platform baru karena konvergennya karakter media cetak, audio, dan visual sekaligus ditandai oleh karakter interaktivitas yang tinggi. media baru menjadi fenomena yang cukup berkepanjangan. kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin baru dan berkembang serta kemudahan akses internet jarak jauh juga membuat perkembangan media baru makin didekati dan keberadaan media-media konvensional perlahan ditinggalkan. Media baru ini telah membuat hampir semua orang terutama generasi muda untuk menjadi jurnalis, pengkhotbah, guru, pembuat opini dan penyedia konten yang dapat menerbitkan dan menyebarkan ide-ide mereka dengan cepat. penyedia konten individual yang baru telah menjadi kekuatan baru melalui media sosial.

Sosial media bisa dikatakan sebagai media yang paling dekat dengan generasi muda yang berbasis teknologi komunikasi digital, khususnya internet. media sosial berbasis internet, disebutkan sebagai media baru telah menjadi pemain baru sebagaimana juga pusat kekuatan baru meninggalkan media lama, media baru telah berkembang cepat dengan pertumbuhan dan pengaruh tiada henti dalam ideologi, politik, sosial dan ekonomi di dunia. Teknologi dan demografi memiliki pengaruh besar terhadap cara orang berkomunikasi. teknologi telah membuat pesan-pesan cepat sampai pada tujuannya dengan mudah dan murah.

Penelitian ini yang dibahas adalah mengenai Aplikasi *Grab*, dimana aplikasi ini terkoneksi dengan internet dan memungkinkan untuk menyambungkan antara *driver*, *customer* atau khalayak, dan *customer service* dari pihak *Grab*. aplikasi ini termasuk aplikasi massal yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari khalayak. Sehingga aplikasi ini merupakan bentuk dari media baru saat ini dalam pengelolaan jasa transportasi *online* yang canggih. Denis McQuail mendefinisikan *new media* (internet) atau media baru sebagai perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi seperti sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur), dan sistem pengendalian (oleh komputer).

Media baru merupakan sarana atau alat komunikasi yang baru muncul dan berkembang saat ini, berupa teknologi komunikasi yang terhubung ke jaringan.

Menurut Denis McQuail fokus dalam media baru ini mengacu pada teknologi internet, dapat dicontohkan seperti aplikasi pengunduh musik, pencarian informasi dan WWW (*World Wide Web*)(McQuail:2011).

Hal utama yang membedakan media baru (internet) dengan media lama adalah desentralisasi (pengadaan dan pemilihan pesan tidak lagi sepenuhnya berada di tangan komunikator), kemampuan tinggi (pengantaran melalui kabel atau satelit mengatasi hambatan komunikasi yang disebabkan oleh pemancar siaran lainnya), komunikasi timbal balik (komunikasikan dapat memilih, menjawab kembali, bertukar informasi dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung), kelenturan (fleksibilitas bentuk, isi, dan penggunaan).

Internet yang dipresentasikan sebagai media baru mampu menggantikan peran media massa sebelumnya seperti televisi, radio, majalah dan surat kabar. Dengan internet setiap orang dapat menonton film, mendengarkan radio atau musik, serta dapat membaca berita terkini dari *smartphone* atau *gadget* saja.

2.3.1 Karakteristik Media Baru

Menurut McQuail dalam (Cagara 2011:148) ada beberapa karakteristik kunci untuk membedakan media lama dengan media baru dari perspektif pengguna, antara lain:

1. Interaktivitas (*interactivity*), sebagaimana ditunjukkan oleh rasio respons atau inisiatif dari sudut pandang pengguna terhadap “penawaran” sumber atau pengirim.
2. Kehadiran sosial atau sosiabilital (*social presence or sociability*), dialami oleh pengguna, berarti kontak personal dengan orang lain dapat dimunculkan oleh pengguna media.
3. Kekayaan media (*media richness*), jangkauan dimana media dapat menjembatani kerangka referensi yang berbeda, mengurangi ambiguitas, memberikan lebih banyak indera dan lebih personal.

4. Otonomi (*autonomy*), derajat dimana seseorang pengguna merasakan kendali atas konten dan pengguna, mandiri dari sumber.
5. Unsur bermain-main(*playfulness*), kegunaan untuk hiburan dan kesenangan, sebagai lawan dari sifat fungsi dan alat.
6. Privasi(*privacy*), berhubungan dengan kegunaan media dan konten tertentu.
7. Personalisasi(*personalization*), derajat dimana konten dan penggunaan menjadi personal dan unik.

2.3.2 Ciri-Ciri Media Baru

Menurut McQuail dalam (Cangara 2017:154) ada beberapa cirri-ciri dari media *internet*, antara lain:

1. Digitalisasi dan konvergensi pada semua aspek media
2. Interaktif dan konektivitas yang tinggi
3. Mobilitas pengiriman dan penerimaan informasi yang cepat
4. Adaptasi publikasi dan peran baru khalayak
5. Menjadi *Gateway* untuk bisa mengakses informasi di *web*
6. Kaburnya institusi media yang selama ini dilembagakan pada media massa

2.3.3 Kelebihan Media Baru

Beberapa kelebihan dari media *internet* menurut McQuail dalam(Cangara 2017:152) sebagai berikut:

1. Kemampuan untuk menembus batas wilayah, ruang dan waktu
2. Dapat memperluas akses untuk memperoleh informasi global
3. Mampu meningkatkan kemampuan untuk berserikat secara bebas
4. Mengancam tatanan yang telah mapan, seperti pemerintah otokrasi
5. Memiliki kecepatan perkembangan dan penyebaran yang sulit diatasi.

Media baru dan teknologi komunikasi baru yang diterapkan secara meluas didukung oleh teori determinise teknologi media, yang memberi nilai positif padamaksimasi kegiatan komunikasi, terutama yang bersifat interaktif. Implikasi normatifnya (yang ditampakkan secara jelas) terletak pada tingginya nilai yang diberikan pada perubahan, kebaruaran, keanekaragaman, mobilitas, dan individualisme (McQuail: 1991)

Kemunculan media baru turut memberikan andil akan perubahan pola komunikasi masyarakat. Media baru, dalam hal ini internet sedikit banyak mempengaruhi cara individu berkomunikasi dengan individu lainnya. Internet dikehidupan sekarang hadir untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam berkomunikasi dan memperoleh informasi. Internet berfungsi sebagai jaringan global untuk komunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya di belahan dunia. Internet juga berfungsi sebagai aspek penyedia informasi yang tidak ada batasan. Mengakses internet saat ini sudah menjadi rutinitas kebanyakan masyarakat. Tidak hanya dengan menggunakan komputer atau laptop saja tetapi kini dapat mengaksesnya melalui *smartphone* dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh sejumlah penyedia layanan aplikasi didalamnya.

2.4 Aplikasi Transportasi *Online*

Transportasi merupakan salah satu sarana perhubungan dalam kehidupan manusia. Beberapa studi menggunakan istilah berkendara berbagi (*ride sharing*) dalam mendefinisikan layanan transportasi *online* (*online transportation service*). Disebut dengan istilah berbagai layanan dikarenakan mobil/kendaraan yang digunakan dimiliki oleh individu sebagai mobil pribadi yang digunakan pribadi yang kemudian digunakan berbagi (*shared*) dengan pihak lain atau pelanggan (*customer*) saat proses penyampaian layanan terjadi (Wallsten: 2015: 1). Transportasi berbasis *online* merupakan salah satu bentuk perusahaan *start up*, sejak tahun 2013 *start up* digital di Indonesia mulai menjamur dan semakin menyemarakkan dunia industry kreatif berbasis teknologi. Dulu dunia *start up* belum dilirik masyarakat karena dianggap tidak populer.

Watanabe, Naveed dan Neittaanmaki (2016: 165) menjelaskan bahwa berkendara berbagi (*ride sharing*) adalah layanan berdasarkan permintaan yang menghubungkan penumpang dan pemilik kendaraan (pengemudi) secara *real time* dengan menggunakan teknologi seluler. Layanan transportasi *online* atau berkendara berbagi kini menjadi sarana umum bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan perjalanan harian mereka.

Dari dua definisi para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa jasa transportasi online adalah sebuah jenis usaha yang lahir dari satu sisi adanya kebutuhan masyarakat terhadap transportasi umum/publik yang menyediakan layanan langsung bisa diakses dengan menggunakan *gadget* atau *smartphone* yang sekarang hampir dimiliki oleh setiap masyarakat.

2.5 Teori Determinisme Teknologi Komunikasi

Determinisme adalah suatu paham yang menganut tentang seluruh kejadian yang ada di masa lalu mempengaruhi apa yang ada di masa depan dan sering kali hal tersebut mempengaruhi tanpa disadari oleh masyarakat (*Definition of Determinism*). Sementara Teknologi adalah segala sesuatu hal yang diciptakan oleh manusia dengan maksud dan tujuannya untuk mengurangi beban hidup dan lebih membantu manusia itu sendiri untuk menjalani hidupnya. Teknologi dan atau media tidak lagi hanya sekedar alat. Ia memiliki peranan yang penting yang tak dapat diabaikan. Keputusan untuk memilih media tertentu akan berujung pada dampak apa yang akan timbul.

Teknologi dipengaruhi oleh manusia yang membuatnya dengan adanya nilai-nilai yang masuk di dalam teknologi yang diciptakan, Sehingga determinisme teknologi dapat diartikan sebagai sebuah hal yang terjadi di masa

depan karena perkembangan dariteknologi yang ada di zaman dahulu ke zamanyang lebih maju, perkembangan tersebutmemberikan dampak di kehidupan manusiadengan atau tanpa disadari telah memberikansebuah pengaruh, baik itu cara pemikiran,budaya maupun di kehidupan masyarakat. (Nurudin:2007)

Teori ini dikemukakan oleh Marshall McLuhan pertama kali pada tahun 1962 dalam tulisannya *The Guttenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. McLuhan berpikir bahwa budaya kita dibentuk oleh bagaimana cara kita berkomunikasi. Paling tidak, ada beberapa tahapan yang layak disimak. Pertama, penemuan dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya. Kedua, perubahan di dalam jenis-jenis komunikasi akhirnya membentuk kehidupan manusia. Ketiga, sebagaimana yang dikatakan McLuhan bahwa:

“Pada dasarnya kita membutuhkan dan perlu membentuk suatu peralatan untuk melakukan komunikasi, dan akhirnya peralatan yang dibentuk tersebut dapat membangun sebuah komunikasi yang kita gunakan saat ini, dan akhirnya dapat mempengaruhi kehidupan kita sendiri sebagaimana perkembangan teknologi yang mempengaruhi dalam perubahan berkomunikasi”.

Dalam teori ini, ada beberapaperubahan besar yang mengikutiperkembangan teknologi dalam berkomunikasi. Masing-masing periode sama-sama memperluas perasaan, dan pikiran manusia. McLuhan membaginya ke dalamempat periode. Di dalam masing-masingkasus yang menyertai perubahan itu ataupergerakan dari era satu ke era yang lain membawa bentuk baru komunikasi yangmenyebabkan beberapa macam perubhandalam masyarakat.

Pertama-tama adalah era kesukuanatau *a Tribal Age*. Menurut McLuhan, padaera purba atau era suku zaman dahulu,manusia hanya mengandalkan inderapendengaran dalam berkomunikasi.Komunikasi pada era itu hanya

mendasarkan diri pada narasi, cerita, dongeng tuturan, dan sejenisnya. Jadi, telinga adalah “raja” ketika itu, “*hearing is believing*”, dan kemampuan visual manusia belum banyak diandalkan dalam komunikasi. Bagi masyarakat primitif di era kesukuan, pendengaran adalah hal yang paling penting. Peran otak menjadi sangat penting sebagai wilayah yang mengontrol pendengaran. Dengan pengenalan huruf lambat laun masyarakat berubah ke era tulisan. Era ini mendudukkan kekuatan penglihatan sepeenting pendengaran. Kedua, era tulisan atau *The Age of Literacy*. Dengan memasuki era tulisan terjadi perubahan yang penting dan perasaan serta pikiran manusia semakin diperluas. McLuhan menyebutkan bahwa perubahan dengan penggunaan tulisan sebagai alat berkomunikasi menjadi pendorong munculnya ilmu matematika, filsafat dan ilmu pengetahuan yang lain. Manusia telah menemukan alfabet atau huruf sehingga tidak lagi mengandalkan lisan, melainkan mengandalkan pada tulisan. Ketiga, era cetak atau *The Print Age*. Masih ada kesinambungan dengan alfabet, namun lebih meluas manfaatnya karena telah ditemukan mesin cetak. Keempat, era elektronik atau *The Electronic Age*. Contoh dari teknologi komunikasi yaitu telepon, radio, telegram, film, televisi, komputer, dan internet sehingga manusia seperti hidup dalam *global village* (Nurudin:2007).

Modernisasi

Menurut Sztomka, modernisasi mengandung tiga makna. Makna paling umum sama dengan seluruh jenis perubahan sosial progresif apabila masyarakat bergerak maju menurut skala kemajuan yang diakui. Makna kedua adalah “modernitas”, yang berarti transformasi sosial, politik, ekonomi, kultural, dan mental yang terjadi di Barat sejak abad ke-16 dan mencapai puncaknya di abad

ke-19 dan 20. Modernitas yang dimaksud di sini meliputi proses industrialisasi,urbanisasi, rasionalisasi, birokratisasi, demokratisasi, pengaruh kapitalisme, perkembangan individualisme dan motivasi untuk berprestasi, meningkatnya pengaruh akal dan sains, serta berbagai proses lain. Modernisasi berarti proses transformasi yang dilalui masyarakat tradisional atau masyarakat prateknologi untuk menjadi masyarakat yang ditandai oleh teknologi mesin, sikap rasional dan sekuler serta struktur sosial yang sangat terdiferensiasi.

Menurut Eisenstadt dalam bukunya Sztompka menjelaskan modernisasi adalah proses perubahan menuju tipe sistem sosial, ekonomi, dan politik yang telah maju di Eropa Barat dan Amerika Utara dari abad ke17 hingga 19 dan kemudian menyebar ke Negara Eropa lain dan dari abad ke-19 dan 20 negara Amerika Selatan, Asia, dan Afrika. Menurut Wilbert Moore dalam bukunya Sztompka, modernisasi adalah transformasi total masyarakat tradisional atau pra-modern ke tipe masyarakat teknologi dan organisasi sosial yang menyerupai kemajuan dunia Barat yang ekonominya makmur dan situasi politiknya stabil. Tiryakian merumuskan bahwa dilihat dari perspektif proses historis dunia, modernisasi berkaitan dengan keunggulan inovasi atau terobosan kesadaran, moral, etika, teknologi dan tatanan sosial yang berguna bagi peningkatan kesejahteraan manusia.

Mekanisme modernisasi berkaitan erat dengan determinisme teknologi, dimana teknologi dominan memaksakan (menimbulkan) bentuk baru organisasi sosial, kehidupan politik, pola kultur, perilaku sehari-hari dan keyakinan serta sikap. Teknologi dianggap mempunyai logika perkembangannya sendiri

yang digerakkan oleh rentetan penemuan dan inovasi, maka cepat atau lambat dampak teknologi modern akan menimbulkan sindrom modernitas menyeluruh, akan menghasilkan kesamaan atau keseragaman yang melanda berbagai masyarakat dan melenyapkan perbedaan lokal (Sztompka, 2011; Ratmanto, 2005).

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yakni untuk memperoleh bukti permulaan yang mengindikasikan bahwa permasalahan yang diselidiki benar-benar ada dilapangan, bukan hanya sekedar imajinasi tanpa bukti. Penelitian terdahulu juga sebagai referensi dan memperoleh gambaran awal serta mempermudah proses pengkajian tema yang terkait, juga sebagai acuan peneliti untuk meneliti dengan tema yang sama. Berikut adalah kajian dari penelitian terdahulu:

Pertama, skripsi Purnama Wijaya dengan Judul “Interpretasi Khalayak Terhadap Gaya Hidup Digital Di Surabaya”. Pada karya skripsi ini penulis membahas mengenai interpretasi khalayak mengenai gaya hidup digital pada pengguna aplikasi GO-JEK. Temuan dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya khususnya pemuda RW 06 Kelurahan Pacar Keling Surabaya memaknai *e-lifestyle* sebagai kebutuhan hidup dan gaya hidup konsumtif.

Kedua, skripsi Vicky Syawali Aditya dengan Judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan *GrabCar* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area”. Pada karya skripsi ini penulis membahas pengaruh harga dan tingkat kualitas pelayanan *Grab Car* pada mahasiswa. Temuan dalam peneliti terdahulu ini adalah harga dan pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna *Grab Car* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas

Medan Area dengan hasil uji korelasi sebesar 0.468 atau (46.8%) variabelkepuasan pelanggan. Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area sendiri berlokasi di Jalan Setiabudi 79B Tj. Rejo Medan Sunggal.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Fenomena dalam penelitian ini melibatkan individu yang memiliki beragam karakteristik, sehingga data yang didapat beragam pula. Oleh karena itu peneliti memilih tipe penelitian kualitatif deskriptif yang dapat memahami serta mendeskripsikan perilaku generasi muda khususnya di lingkungan XIX Medan Sunggal terhadap gaya hidup digital dalam penggunaan aplikasi *Grab*.

Metode deskriptif “bertujuan untuk melukiskan secara sistematis karakteristik populasi atau bidang-bidang tertentu secara faktual dan cermat tanpa mencari atau menjelaskan suatu hubungan” (Sugiyono, 2004:27).

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di area kota Medan, karena Kota Medan adalah kota yang besar penyebaran layanan aplikasi *Grab*. Peneliti akan berfokus pada pemuda yang berada di sekitar wilayah lingkungan XIX Kelurahan Tanjung Rejo Kecamatan Medan Sunggal yang mengetahui, mengunduh serta menggunakan aplikasi *Grab*.

3.1.3 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan dari Juni 2020, sampai dengan Juli 2020.

3.2 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.2.1 Sumber Data

Menurut Moleong (2001:112), pencatatan sumber data melalui wawancara atau pengamatan merupakan hasil gabungan dari kegiatan melihat, mendengar, dan bertanya. Pada penelitian kualitatif, kegiatan-kegiatan ini dilakukan secara sadar, terarah dan senantiasa bertujuan memperoleh suatu informasi yang diperlukan.

Apabila wawancara dalam mengumpulkan datanya maka sumber datanya disebut informan, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan baik secara tertulis maupun lisan. Apabila menggunakan dokumentasi, maka dokumen atau catatanlah yang menjadi sumber datanya. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2014:54) informan penelitian yang menjadi narasumber data primer ditentukan dengan metode *purposive sampling*, dimana pengambilan sumber data dilakukan dengan pertimbangan tertentu dimana yang menjadi informan merupakan pemuda yang memiliki kriteria penentuan informan penelitian ini nantinya di lingkungan XIX Tanjung Rejo Medan yang menggunakan Aplikasi *Grab*

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2010:193) sumber data sekunder adalah: “Sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen”.

Data sekunder dapat diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media yang bersumber pada literatur dan buku-buku perpustakaan atau data-data dari perusahaan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang strategis untuk digunakan oleh peneliti dengan tujuan utama mendapatkan hasil. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik gabungan yakni sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya juga merupakan metode pengumpulan data pada riset kualitatif.

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam, dimana wawancara mendalam merupakan suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (Rakhmat, 2006:102).

Wawancara dilakukan sebagai tanya jawab tatap muka perorangan-pertemuan suatu pewawancara dengan satu informan. Tujuan utama dari wawancara ini adalah untuk memeriksa, menguji, ataupun melengkapi data yang diperoleh melalui alat ukur lain. Wawancara pendalaman atau *indepth interview* yang khusus dilakukan untuk membantu penafsiran atas temua-temuan yang diperoleh melalui alat audit lainnya.

b. Dokumentasi

Dokumentasi menurut Sugiyono (2015:329) adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data kemudian ditelaah. Dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi rekaman audio dan foto dengan informan sebagai bukti kegiatan pada saat di lapangan.

3.3 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian pada penelitian kualitatif adalah si peneliti itu sendiri. Artinya adalah tergantung kemampuan si peneliti dalam menjaga keabsahan data (Rakhmat, 2006:152).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan beberapa informan guna mendapatkan informasi yang dapat memecahkan permasalahan dalam penelitian ini. Selain itu instrumen yang digunakan adalah menggunakan alat tulis untuk mencatat hal-hal penting. Peneliti juga menggunakan *handphone* untuk dokumentasi, serta laptop untuk memindahkan hasil dari penelitian ke bentuk *soft copy*.

3.4 Teknis Analisis Data

Analisis data menurut Bogdan & Biklen (dalam Lexy J. Moleong, 2012:248) adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya,

mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceriterakan pada orang lain.

Menurut Miles & Huberman dalam (Sugiyono. 2016, hlm. 345)

menyebutkan bahwa teknik analisis data dalam penelitian kualitatif meliputi :

- a. Pengumpulan Data Mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis. Langkah ini melibatkan transkrip wawancara, men-*scanning* materi, mengetik data lapangan atau memilah-milah dan menyusun data tersebut kedalam jenis-jenis yang berbeda tergantung pada sumber informasi.
- b. Reduksi data (*Data Reduction*) Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tak perlu dan mengorganisasikan data-data yang telah di reduksi memberikan gambaran yang lebih tajam tentang hasil pengamatan menjadi tema.
- c. Penyajian Data (*Data Display*) Penyajian data merupakan analisis dalam bentuk matrik, *network*, *cart*, atau grafis. Pada penelitian kualitatif, penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, tabel, bagan dan hubungan antar kategori. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, dan tersusun sehingga akan semakin mudah dipahami.
- d. Penarikan Kesimpulan (*Conclusion Drawing/Verivication*) Kesimpulan merupakan penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti kuat yang mendukung tahap pengumpulan berikutnya. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai gaya hidup digital generasi muda di Kota Medan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perilaku generasi Z sebagai generasi muda yang memiliki gaya hidup digital pada penggunaan aplikasi *Grab* merupakan gambaran gaya hidup mandiri dan bertanggung jawab. Generasi Z yang merupakan generasi global memanfaatkan teknologi dalam aktifitasnya sehari-hari. Pemanfaatan semakin berkembang dengan adanya aplikasi *Grab* yang membantu mereka untuk lebih produktif.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup digital berasal dari faktor internal dan eksternal. Faktor internal motif merupakan faktor yang paling mempengaruhi, karena kebutuhan pada setiap individu dalam menggunakan aplikasi *Grab*. Faktor eksternal seperti kelompok referensi, dan kelas sosial juga paling mempengaruhi individu dalam gaya hidup digital penggunaan aplikasi *Grab*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh, maka ada beberapa saran yang dapat dikemukakan peneliti, yaitu:

1. Saran kepada pengguna aplikasi *Grab*

Pengguna aplikasi *Grab* diharapkan untuk terus memanfaatkan teknologi seperti ini dalam kegiatan positif, terutama generasi muda yang memiliki

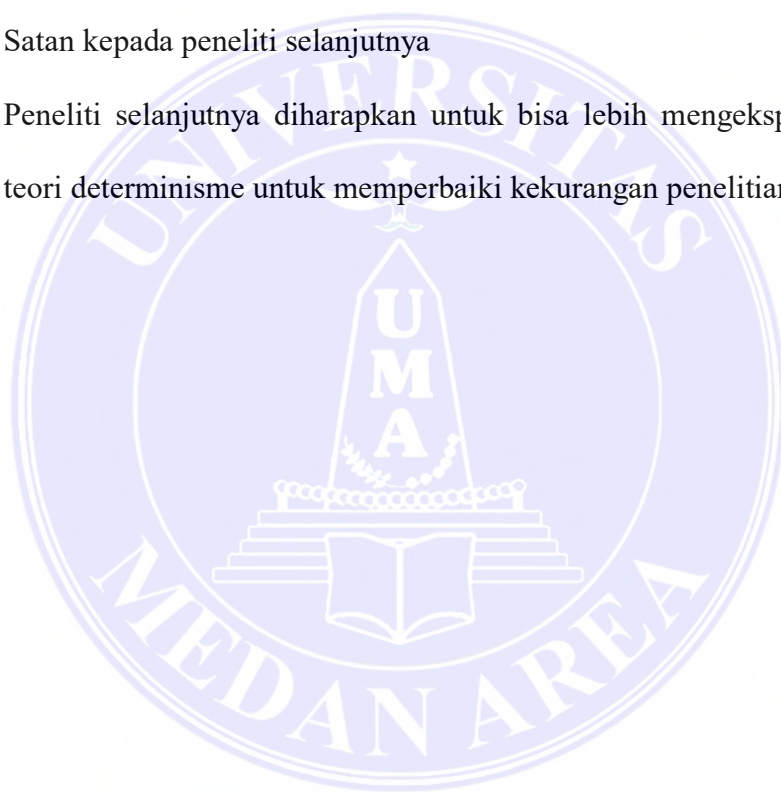
gaya hidup digital agar menggunakan aplikasi *Grab* dalam kegiatan sehari-hari yang menjadi solusi alternatif berkegiatan.

2. Saran kepada aplikasi *Grab*

Aplikasi *Grab* diharapkan untuk terus menyediakan fasilitas yang berguna yang dapat membantu generasi muda dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Terus meningkatkan fasilitas agar semakin nyaman para generasi muda yang memiliki gaya hidup digital.

3. Saran kepada peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk bisa lebih mengeksplor mengenai teori determinisme untuk memperbaiki kekurangan penelitian saat ini.



DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Cangara, H. (2014). *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chaney, D. (2011). *Lifestyle Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. *Essays on the Sociology of Knowledge*, 24(19), 276-322-24.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa – Buku Pertama Edisi Keenam*. Jakarta: Erlangga.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail (Edisi 6 Buku 2)*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, L.J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M.A., & Wardhani, A.C. (2009). *Teori Komunikasi Tentang Komunikator, Pesan, Percakapan, dan Hubungan*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, D., & Jalaluddin, R. (2002). *Komunikasi Antara Budaya: Panduan Berkomunikasi Dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Piliang, A. (2003). *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Pujileksosno, S. (2016). *Metode penelitian Komunikasi Kualitatif*. Jatim: Kelompok Intrans Publishing.
- Rakhmat, J. (2003). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J., (2002). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sztompka, P. (2014). *Sosiologi Perubahan Sosial*. Jakarta: Kencana Pranada Media Group, hlm. 149-156.
- Wallsten, S. (2015). The competitive effects of the sharing economy: how is Uber changing taxis. *Technology Policy Institute*, 22, 1-21.
- Watanabe, C., Naveed, K., & Neittaanmäki, P. (2016). Co-evolution of three mega-trends nurtures un-captured GDP—Uber’s ride-sharing revolution. *Technology in Society*, 46, 164-185.
- Wijaya, A. (2016). *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*, Jakarta: Sinar Grafika.

Jurnal:

- Anggelika, Y. C. R. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa PKn di Universitas Pasundan Bandung)* (Doctoral dissertation, FKIP UNPAS).
- Astuti, A.P., & RPS. A.N. (2014). *Teknologi Komunikasi dan Perilaku Remaja*. Jurnal Analisa Sosiologi. 3(1) : 91-111.
- Bentley, L.D., & Whiute, J.L. (2007). *System Analysis and Design For The Global Enterprise. Secent Edition*. New York: McGraw-Hill: 55.
- Chuzaimah, M., & Dihan, F.N. (2010). *Smartphone: Antara Kebutuhan dan E-Lifestyle*, (Solo: Universitas Muhammadiyah Solo: E312).
- Chuzaimah, M., & Dihan, F.N. (2010). *Smartphone: Antara Kebutuhan dan E-lifestyle*, (Solo: Universitas Muhammadiyah Solo: E313-E320).
- Fitriyadin, E. (2016). *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Produk Elektronik di Purworejo)*. SEGMENT Jurnal Manajemen dan Bisnis, 12(2B).
- Herdiansyah, D., & ed. (2018). *Pengembangan Model Kualitas layanan Transportasi Online di Indonesia*. Jurnal Inovasi dan Bisnis 6, (Politeknik Negeri Pontianak: 144).
- Kaharu, D., & Budiarti, A. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 5(3).
- Luthfianto, D., & Suprihadi, H. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Daya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Café Jalan Korea*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen 6(2).
- Mahendra, I., Ed. (2018). *Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Dalam Penggunaan Aplikasi Grab (Studi Kasus: Mahasiswa STMIK Nusa Mandiri Jakarta)*. Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer. 4(1).
- Meisyaroh, S. (2013) *Determinisme Teknologi Masyarakat Dalam Media Sosial*. Jurnal Komunikasi dan Bisnis. 1(1).
- Omar, A.B., Ed. (2014). *Gaya Hidup Digital Menerusi Teknologi Mobiliti*. Jurnal Seni dan Pendidikan Seni. 2:1-14.
- Putra, Y. S. (2017). *Theoretical review: Teori perbedaan generasi. Among Makarti*, 9(2).

Ratmanto, T. (2005). *Determinasi Teknologi dan Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Jurnal Mediator. 6(1).

Sulistyaningtyas, T. Ed. (2012) *Perubahan Cara Pandang Sikap Masyarakat kota Bandung Akibat Pengaruh Gaya Hidup Digital*. Jurnal Socioteknologi Edisi. 27.

Tirtadarma, E. Ed. (2018). *Kajian Peranan Desain UX (Pengalaman Pengguna) – UI (Antar Muka Pengguna) Mobile Application Katagori Transportasi Online Terhadap Gaya Hidup bertransportasi Masyarakat Urban*. Jurnal Seni & Reka Rancang. 1(1).

Sumber lain:

<http://repository.uma.ac.id>

<http://repository.usu.ac.id/>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/20/pangsa-pasar-Grab-di-indonesia-dan-vietnam-lebih-besar-daripada-gojek>

<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.Grabtaxi.passenger>

<https://www.Grab.com/id/brand-story/>

<https://www.tribunnews.com/bisnis/2019/01/31/survei-tahun-lalu-konsumen-lebih-banyak-gunakan-Grab-dibandingkan-gojek?page=2>

LAMPIRAN A

HASIL WAWANCARA INFORMAN I



Nama : Fadhilah Cyntia Sari
Nama Panggilan : Tia
Alamat : Jl Perjuangan Gg Mushola no 12
Usia : 23 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : Sarjana
Pekerjaan : Pegawai Swasta
Penghasilan : >Rp. 3.000.000

1. Apa yang Anda ketahui tentang Aplikasi *Grab*?
Grab salah satu aplikasi jasa transportasi yang sangat dibutuhkan banyak orang pada saat ini. Semenjak ada *Grab*, saya sangat terbantu dalam berpergian dan melakukan aktivitas
2. Darimana Anda mengenal Aplikasi *Grab* untuk pertama kalinya?
Untuk detailnya saya lupa pertama kali tau darimana.. Tapi pastinya karena sudah mulai *booming* banyak yang menggunakan, maka saya pun mengikuti *trend*. Dan ternyata itu juga sangat memudahkan saya
3. Sudah berapa lama Anda menggunakan Aplikasi *Grab*?
Kalau saya ingat-ingat kurang lebih dari 2016 atau 2017, jadi sekitar 3-4 tahun.
4. Seberapa sering penggunaan Aplikasi *Grab* yang Anda lakukan?
Dua tahun belakangan ini saya cukup intens menggunakannya. Karena *driver* juga tersebar dimana-mana jadi lebih mudah menggunakannya, dan saya cukup menunggu dirumah tidak perlu seperti menunggu angkutan umum di pinggir jalan. Jadi saya sering menggunakannya bisa seminggu sampai 5 kali
5. Apakah Anda menggunakan semua layanan yang tersedia di Aplikasi *Grab*?
Gak semua layanan sih saya gunakan. Saya menggunakan *Grabcar*, *Grabbike*, *Grabfood*, dan *Grabsend aja*. Karena itu aja yang saya butuhkan sehari-hari.
6. Layanan apa yang paling sering Anda gunakan pada Aplikasi *Grab*?
Yang paling sering digunakan *Grabbike*, *Grabcar* dan *Grabfood*. Dalam sebulan saya pasti ada menggunakannya.
7. Apakah ada pengalaman negatif saat menggunakan Aplikasi *Grab*?
Pengalaman negatif yang sampai buat saya trauma *gak* ada. Tapi beberapa pengalaman yang mengecewakan hanya sekedar terlalu lama saat penjemputan ataupun *driver* kurang ramah atau terlalu *jutekaja*.
8. Kenapa lebih memilih Aplikasi *Grab* dibandingkan aplikasi ojol lainnya?
Menurut saya kalau *Grab* penjemputannya lebih sesuai dengan alamat, tampilannya lebih menarik, dan banyak resto yang tersedia. Saya juga bandingkan dengan aplikasi ojol lainnya, tapi yang lain kurang memuaskan.

9. Bagaimana menurut Anda mengenai gaya hidup digital dalam penggunaan Aplikasi *Grab*?
Menurut saya wajar saja kalau hampir semua orang terutama generasi muda memiliki gaya hidup digital khususnya menggunakan aplikasi *Grab*. Karena memanfaatkan media yang ada untuk memudahkan aktifitas sehari-hari adalah suatu hal yang positif.
10. Apa motivasi Anda menggunakan Aplikasi *Grab* dalam gaya hidup digital? Motivasi saya menggunakan aplikasi *Grab* dalam gaya hidup digital ini lebih ke kebutuhan, dan memanfaatkan teknologi yang ada. Saya juga mengikuti *trend* yang ada dan karena ini adalah suatu hal yang positif tidak ada salahnya untuk memudahkan kegiatan kita.
11. Seberapa penting Aplikasi *Grab* dalam aktifitas Anda sehari-hari? Sangat penting. Seperti yang sudah saya jelaskan tadi, aplikasi *Grab* benar-benar membantu saya. Sebelum ada aplikasi transportasi seperti *Grab* ini, saya kesulitan untuk bepergian jika menggunakan transportasi umum seperti *angkot*. Harus naik berkali-kali jika rutenya tidak sesuai dari lokasi awal kita, dan cukup kesulitan jika di daerah yang tidak menjangkau angkutan umum. Sekarang saya benar-benar terbantu karena saya jarang bepergian menggunakan kendaraan pribadi, jadi saya sangat memanfaatkan aplikasi *Grab*.
12. Apakah adanya perubahan signifikan dalam keseharian Anda semenjak adanya aplikasi ini? Dari keseharian saya perubahan yang paling terlihat adalah saya tidak pernah lagi menggunakan transportasi konvensional. Saya juga tidak terlalu khawatir ketika bepergian sedikit malam, karena ada aplikasi *Grab*. *Kalauludu* kan saya *agak* khawatir untuk pulang naik angkutan umum di atas jam 7 malam.
13. Apakah layanan pada Aplikasi *Grab* sudah memenuhi ekspektasi Anda dalam memenuhi gaya hidup digital? Jika tidak. Mengapa? Dalam gaya hidup digital ini saya tidak mempunyai ekspektasi khusus. Saya hanya mengikuti perkembangan yang ada saja, dan jika dibandingkan dengan zaman sebelum ada transportasi online memang ini adalah suatu pencapaian era digital yang cukup menakjubkan. Tapi hal ini juga diikuti perkembangan teknologi lainnya *kan*, jadi tidak terlalu heran.
14. Apakah Anda akan merekomendasikan penggunaan Aplikasi *Grab* kepada kerabat Anda? Menurut saya hampir semua masyarakat sudah mengenal *Grab*, jadi tidak perlu direkomendasikan mereka kebanyakan sudah menggunakannya. Tapi jika mereka menanyakan saran dari saya dan membandingkannya dengan kompetitor, jelas saya akan lebih menyarankan menggunakan *Grab*.
15. Apakah Anda lebih sering berkumpul/bergaul dengan teman-teman yang memiliki gaya hidup yang sama?

Iya. Hampir semua teman saya menggunakan aplikasi *Grab*, maupun ojek online lainnya.

16. Apakah Anda merasa nyaman berada dilingkungan yang memiliki gaya hidup seperti ini?

Ya saya merasa nyaman berada di lingkungan yang memiliki gaya hidup sama dengan saya. Karena pergaulan saya juga berada di usia yang sepele dengan saya, jadi kebanyakan dari mereka juga menggunakan teknologi yang ada pada saat ini.

17. Apakah penggunaan *Grab* sudah menjadi ketergantungan dalam gaya hidup Anda?

Menurut saya, saya cukup tergantung dengan *Grab*. Karena saya jarang menggunakan kendaraan pribadi, saya juga sering memesan makanan menggunakan aplikasi ini. Jadi menurut saya cukup ketergantungan.

18. Apakah Aplikasi *Grab* sudah menjadi alternatif solusi dari kebutuhan keseharian Anda?

Kebutuhan keseharian yang menyangkut transportasi tentu *Grab* sudah menjadi solusi.

19. Adakah faktor individu dari dalam diri yang mempengaruhi gaya hidup digital Anda sekarang?

Faktor individu yang paling mempengaruhi adalah kebutuhan. Karena kebutuhan maka saya menggunakannya secara intens dan terus menerus.

20. Adakah faktor lingkungan yang mempengaruhi gaya hidup digital Anda sekarang?

Faktor lingkungan yang mempengaruhi cenderung lebih ke *trend*. Maksud saya begini, awalnya saya mengetahui adanya *Grab* namun saya belum menggunakannya. Tetapi semakin naik daun, dan banyak orang yang menggunakannya, saya tertarik untuk mencoba. Kemudian sekarang ini menjadi sebuah kebutuhan.

21. Manakah faktor yang lebih dominan, apakah faktor dari dalam diri atau faktor lingkungan yang sangat berpengaruh gaya hidup digital Anda sekarang?

Untuk sekarang faktor yang lebih dominan adalah faktor individu tadi, yaitu kebutuhan.

22. Apakah dengan menerapkan gaya hidup digital dalam kehidupan sehari-hari Anda merasa menjadi individu yang modern?

Tentu saja iya. Karena memanfaatkan teknologi adalah salah satu gaya hidup generasi muda. Kalau kita bandingkan dengan zaman dahulu, tidak ada teknologi semacam ini yang benar-benar memudahkan kita semua.

23. Apa alasan Anda lebih memilih gaya hidup digital dalam melakukan aktivitas?

Karena gaya hidup digital memudahkan kita semua dalam melakukan aktivitas.



Nama : Mulyani Ningsih
Nama Panggilan : Yani
Alamat : Jl Perjuangan Gg Bengkel no 56
Usia : 20 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMA
Pekerjaan : Pedagang Online
Penghasilan : >Rp. 3.800.000

1. Apa yang Anda ketahui tentang Aplikasi *Grab*?
Aplikasi yang berguna sebagai transportasi antar penumpang hingga barang
2. Darimana Anda mengenal Aplikasi *Grab* untuk pertama kalinya?
Pertama kali mengenal *Grab* dari media sosial. Sebelum menggunakan *Grab*, saya menggunakan aplikasi *online* lainnya. Tapi karena *Grab* punya banyak promo, mulai saat itu saya beralih.
3. Sudah berapa lama Anda menggunakan Aplikasi *Grab*?
Sudah menggunakan sejak 2018
4. Seberapa sering penggunaan Aplikasi *Grab* yang Anda lakukan?
Saya menggunakan aplikasi *Grab* setiap hari. Karena saya memiliki *onlineshop*, saya menggunakan *Grab* sebagai jasa antar ke tempat pembeli. Jadi dalam satu hari saya bisa memesan lebih dari 5 kali.
5. Apakah Anda menggunakan semua layanan yang tersedia di Aplikasi *Grab*?
Layanan yang pernah saya pakai hanya *Grabcar*, *Grabike*, *Grab Express*, dan *Grabfood*
6. Layanan apa yang paling sering Anda gunakan pada Aplikasi *Grab*?
Yang paling sering adalah *Grab Express* karena untuk kebutuhan usaha saya.
7. Apakah ada pengalaman negatif saat menggunakan Aplikasi *Grab*?
Saya tidak punya pengalaman negatif selama menggunakan aplikasi *Grab*, saya cukup intens menggunakannya tapi sejauh ini tidak pernah mengecewakan. Hal-hal seperti kurang tepat waktu itu menurut saya biasa jadi itu bukan pengalaman negatif.
8. Kenapa lebih memilih Aplikasi *Grab* dibandingkan aplikasi ojol lainnya?
Awalnya saya memilih *Grab* karena *nyoba-nyoba aja*. Sekarang saya menggunakannya secara intens karena memang merasa lebih enak *aja, gaada* alasan khusus *sih*. Tapi memang untuk titik penjemputan lebih lengkap *kalau* dari *Grab*.
9. Bagaimana menurut Anda mengenai gaya hidup digital dalam penggunaan Aplikasi *Grab*?
Menurut saya wajar *lah* semua orang memiliki gaya hidup digital ini. Apalagi aplikasi *Grab* ini memang baru saat ini bisa kita rasakan. *Kalau*

dulu *mana ada tuh* bisa pesan kendaraan *cuma* dengan menggunakan *handphone*. Pergi jauh juga sering *ribet* dulu.

10. Apa motivasi Anda menggunakan Aplikasi *Grab* dalam gaya hidup digital? Motivasi saya menggunakan *Grab* dalam gaya hidup digital ini agar lebih berkembang. Terlebih karena saya punya usaha, jadi jika saya tidak memanfaatkannya saya akan tertinggal dari teman-teman saya ataupun saingan saya lainnya.
11. Seberapa penting Aplikasi *Grab* dalam aktifitas Anda sehari-hari? Penting sekali. Ini udah seperti bagian dari bisnis saya, karena saya benar-benar menggunakannya setiap hari untuk mengantar pesanan.
12. Apakah adanya perubahan signifikan dalam keseharian Anda semenjak adanya aplikasi ini? Perubahan signifikan saya jadi lebih sering memesan sesuatu seperti makanan karena memang tinggal terima tanpa harus keluar rumah.
13. Apakah layanan pada Aplikasi *Grab* sudah memenuhi ekspektasi Anda dalam memenuhi gaya hidup digital? Jika tidak. Mengapa? Mungkin ini sudah cukup membantu saya dengan adanya aplikasi ini. Jadi *kalau* dibilang memenuhi ekspektasi bisa jadi iya. Karena sewaktu saya masih sekolah dulu sebelum ada *Grab* saya belum pernah merasakan *segampang* ini kemana-mana. Mau memesan sesuatu juga sangat mudah sekarang.
14. Apakah Anda akan merekomendasikan penggunaan Aplikasi *Grab* kepada kerabat Anda? Iya, saya sering merekomendasikan *Grab* dengan kerabat saya. Jika ada promo *Grabfood* juga saya sering memberitahukan ke teman atau keluarga saya.
15. Apakah Anda lebih sering berkumpul/bergaul dengan teman-teman yang memiliki gaya hidup yang sama? Teman-teman saya juga memiliki gaya hidup digital. Kemana-mana menggunakan transportasi *online*, memesan atau mengirimkan sesuatu juga menggunakan transportasi *online*.
16. Apakah Anda merasa nyaman berada dilingkungan yang memiliki gaya hidup seperti ini? Saya nyaman berada di lingkungan dengan gaya hidup seperti ini, menguntungkan dan memanfaatkan apa yang ada.
17. Apakah penggunaan *Grab* sudah menjadi ketergantungan dalam gaya hidup Anda? Saya sangat bergantung dengan *Grab* untuk aktifitas sehari-hari saya. Istilahnya saya cari *duit* juga *pake Grab*.
18. Apakah Aplikasi *Grab* sudah menjadi alternatif solusi dari kebutuhan keseharian Anda?

Untuk perempuan pastinya ini menjadi solusi ya. Karena mayoritas yang menggunakan kendaraan umum itu pasti perempuan. Termasuk saya, *Grabini* menjadi salah satu solusi untuk aktifitas saya.

19. Adakah faktor individu dari dalam diri yang mempengaruhi gaya hidup digital Anda sekarang?

Saya *sih* lebih *ngikutin* perkembangan zaman aja. Tidak ada faktor khusus yang mempengaruhi saya harus memiliki gaya hidup digital. Tapi karena sudah kebanyakan orang yang menggunakannya, ya saya mengikuti zaman.

20. Adakah faktor lingkungan yang mempengaruhi gaya hidup digital Anda sekarang?

Faktor lingkungan pastinya ada. Orang-orang sekeliling seperti teman dan keluarga. Tapi teman lebih berpengaruh, karena namanya anak muda pasti *pengen* lebih *update*.

21. Manakah faktor yang lebih dominan, apakah faktor dari dalam diri atau faktor lingkungan yang sangat berpengaruh gaya hidup digital Anda sekarang?

Menurut saya faktor lingkungan.

22. Apakah dengan menerapkan gaya hidup digital dalam kehidupan sehari-hari Anda merasa menjadi individu yang modern?

Iya, karena mengikuti perkembangan zaman.

23. Apa alasan Anda lebih memilih gaya hidup digital dalam melakukan aktivitas?

Alasannya saya tidak ingin tertinggal informasi, tertinggal perkembangan zaman. Jadi saya mengikuti perkembangan yang ada termasuk gaya hidup digital.



Nama : M Bayu Segara
Nama Panggilan : Bayu
Alamat : Jl Perjuangan Gg Sahabat no 34
Usia : 25 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Pendidikan : Sarjana
Pekerjaan : Pegawai Swasta
Penghasilan : >Rp. 5.000.000

1. Apa yang Anda ketahui tentang Aplikasi *Grab*?
Aplikasi yang dapat membantu semua orang dan memudahkan dalam hal transportasi.
2. Darimana Anda mengenal Aplikasi *Grab* untuk pertama kalinya?
Saya mengenal aplikasi *Grab* pertama kali dari teman yang menggunakannya.
3. Sudah berapa lama Anda menggunakan Aplikasi *Grab*?
Menggunakan aplikasi *Grab* sekitar sejak awal 2017, jadi 3 tahunan *lah*
4. Seberapa sering penggunaan Aplikasi *Grab* yang Anda lakukan?
Saya cukup sering menggunakannya, kira-kira 3 kali seminggu
5. Apakah Anda menggunakan semua layanan yang tersedia di Aplikasi *Grab*?
Enggak lah. Paling saya menggunakan *Grab Food*, *Grab Bike*, dan *Grab Car*
6. Layanan apa yang paling sering Anda gunakan pada Aplikasi *Grab*?
Yang paling sering *sih Grab Food*. Berhubung saya anak kost, jadi saya sering memesan makanan lewat aplikasi pada saat di rumah ataupun di kantor.
7. Apakah ada pengalaman negatif saat menggunakan Aplikasi *Grab*?
Pengalaman negatif untuk saya sendiri tidak pernah. Tapi saya pernah mendengar berita-berita di *social media* saja. Kenapa lebih memilih Aplikasi *Grab* dibandingkan aplikasi ojol lainnya?
Sejak awal saya menggunakan *Grab* sebagai perbandingan harga dengan aplikasi lainnya. Dan semakin lama untuk tampilan *Grab* lebih *update*. Banyak promo yang ditawarkan juga.
8. Bagaimana menurut Anda mengenai gaya hidup digital dalam penggunaan Aplikasi *Grab*?
Gaya hidup digital ini mestinya harus dimiliki semua orang terutama anak muda. Rasanya kalau anak muda belum *melek* teknologi, pasti akan tertinggal. Untuk aplikasi *Grab*, ya sebaiknya memang dimanfaatkan. Kita sudah dikasih fasilitas enak, apa-apa dimudahkan. Jadi *kalaupun* dimanfaatkan ya sangat disayangkan.
9. Apa motivasi Anda menggunakan Aplikasi *Grab* dalam gaya hidup digital?
Motivasi saya menggunakan *Grab* ini lebih memanfaatkan teknologi yang ada. Ketika saya membutuhkan saya menggunakannya juga.
10. Seberapa penting Aplikasi *Grab* dalam aktifitas Anda sehari-hari?

Cukup penting ya. Walaupun saya tidak menggunakannya setiap hari, tapi saya sering membutuhkan sesuatu dan terbantu dengan adanya *Grab*. Misalnya ingin beli sesuatu tanpa harus keluar rumah, ingin bepergian tapi kendaraan tidak ada, ini solusinya.

11. Apakah adanya perubahan signifikan dalam keseharian Anda semenjak adanya aplikasi ini?

Perubahan signifikan hanya jika saya sedang malas membeli sesuatu saya sudah *gak pusing* lagi. Hanya duduk diam dirumah lalu barang sampai. Dulu sebelum ada *Grab*, pasti susah *kalau* tidak punya kendaraan pribadi.

12. Apakah layanan pada Aplikasi *Grab* sudah memenuhi ekspektasi Anda dalam memenuhi gaya hidup digital? Jika tidak. Mengapa?

Cukup memenuhi ekspektasi. Untuk orang pekerja yang sudah banyak menghabiskan waktu diluar, pasti cukup lelah jika harus keluar-keluar rumah lagi *kalau* mau membeli sesuatu.

13. Apakah Anda akan merekomendasikan penggunaan Aplikasi *Grab* kepada kerabat Anda?

Saya sering merekomendasikannya dengan keluarga saya yang berbeda kota dengan saya. Terutama orang tua dan adik saya. Tapi saya juga sering merekomendasi dengan teman untuk menggunakan *Grab*, jika mereka sedang membutuhkan transportasi *online*.

14. Apakah Anda lebih sering berkumpul/bergaul dengan teman-teman yang memiliki gaya hidup yang sama?

Mayoritas teman saya memiliki gaya hidup yang sama dengan saya. 98% teman saya juga memiliki gaya hidup digital.

15. Apakah Anda merasa nyaman berada dilingkungan yang memiliki gaya hidup seperti ini?

Tentunya nyaman. Karena kaum milenial penting untuk mengikuti teknologi yang sedang *booming* menurut saya.

16. Apakah penggunaan *Grab* sudah menjadi ketergantungan dalam gaya hidup Anda?

Iya di saat-saat tertentu memang saya sangat mengandalkan *Grab*. Jadi ada beberapa kegiatan yang sangat bergantung dengan *Grab* ini.

17. Apakah Aplikasi *Grab* sudah menjadi alternatif solusi dari kebutuhan keseharian Anda?

Benar ini menjadi alternatif solusi bagi saya jika saya membutuhkan *driver* untuk kemana-mana ataupun memesan sesuatu.

18. Adakah faktor individu dari dalam diri yang mempengaruhi gaya hidup digital Anda sekarang?

Faktor kebutuhan tentunya menjadi alasan utama saya dalam gaya hidup digital ini.

19. Adakah faktor lingkungan yang mempengaruhi gaya hidup digital Anda sekarang?

Faktor lingkungan mungkin hanya *trend* yang awalnya hanya *ikut-ikutan* lalu kemudian menjadi kebutuhan

20. Manakah faktor yang lebih dominan, apakah faktor dari dalam diri atau faktor lingkungan yang sangat berpengaruh gaya hidup digital Anda sekarang?
Tentunya faktor individu yang lebih dominan.
21. Apakah dengan menerapkan gaya hidup digital dalam kehidupan sehari-hari Anda merasa menjadi individu yang modern?
Karena ini adalah teknologi modern, jadi saya merasa menjadi individu modern
22. Apa alasan Anda lebih memilih gaya hidup digital dalam melakukan aktivitas?
Sebagai kaum milenial, sudah wajar jika saya mengikuti perkembangan zaman dengan gaya hidup digital seperti ini.





Nama : Della Puspita
Nama Panggilan : Della
Alamat : Jl Perjuangan Gg Adil no.61
Usia : 19 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : SMA
Pekerjaan : Mahasiswa
Penghasilan : -

1. Apa yang Anda ketahui tentang Aplikasi *Grab*?
Aplikasi ojek *online*, membantu orang bepergian pakai kereta (sepeda motor) maupun mobil, membantu orang memesan makanan, mengantar barang, dll.
2. Darimana Anda mengenal Aplikasi *Grab* untuk pertama kalinya?
Pertama kali tau karena banyak orang yang pakai. Pergi sama temen-temen bisa naik mobil dan ongkos murah.
3. Sudah berapa lama Anda menggunakan Aplikasi *Grab*?
Udah berapa lama ya, *agak* lupa. Tapi *kayanya* dari 2 tahun lalu sih *Taunya*.
4. Seberapa sering penggunaan Aplikasi *Grab* yang Anda lakukan?
Lumayan sering, karena saya kalau pergi-pergi pakai *Grabike*. Kuliah, kerumah temen, ke *mall*, pasti pakai *Grab*.
5. Apakah Anda menggunakan semua layanan yang tersedia di Aplikasi *Grab*?
Gak lah kak. Setau saya layanannya banyak kali, yang saya gunakan untuk kendaraan biasa gitu aja.
6. Layanan apa yang paling sering Anda gunakan pada Aplikasi *Grab*?
Paling sering *Grabike*, *Grabfood*..
7. Apakah ada pengalaman negatif saat menggunakan Aplikasi *Grab*?
Pengalaman negatif yang pernah sih *supirnya ugal-ugalan*, kadang *plat* nomornya *gak* sesuai.
8. Kenapa lebih memilih Aplikasi *Grab* dibandingkan aplikasi ojol lainnya?
Karena lebih banyak promo *kak*.
9. Bagaimana menurut Anda mengenai gaya hidup digital dalam penggunaan Aplikasi *Grab*?
Kalau gaya hidup digital tapi dampaknya positif gini *sih* menurut saya bagus. Karena membantu semua orang, lalu menyediakan lapangan pekerjaan juga.
10. Apa motivasi Anda menggunakan Aplikasi *Grab* dalam gaya hidup digital?
Motivasi saya menggunakan ini agar lebih mudah aja kemana-kemana, *gak* mempersulit. Pesan makanan juga mudah.
11. Seberapa penting Aplikasi *Grab* dalam aktifitas Anda sehari-hari?
Sangat penting *kak*. Karena saya merasa sangat terbantu.
12. Apakah adanya perubahan signifikan dalam keseharian Anda semenjak adanya aplikasi ini?

- Perubahannya kalau dulu saya mau kemana-mana di antar orang tua, kalau lagi *gak* ada kendaraan saya naik angkutan umum yang mengharuskan saya untuk jalan ke simpang jalan, jadinya lebih susah. Kalau sekarang mau kemana-mana *gak* perlu pusing, kalau mau pesen makan juga *gak* pusing.
13. Apakah layanan pada Aplikasi *Grab* sudah memenuhi ekspektasi Anda dalam memenuhi gaya hidup digital? Jika tidak. Mengapa?
Menurut saya sudah cukup memenuhi ekspektasi saya.
14. Apakah Anda akan merekomendasikan penggunaan Aplikasi *Grab* kepada kerabat Anda?
Ya tentu saya merekomendasikan, terutama ke orang tua saya. Waktu mengetahui pertama kali saya ngajarin orang tua saya untuk pakai.
15. Apakah Anda lebih sering berkumpul/bergaul dengan teman-teman yang memiliki gaya hidup yang sama?
Iya teman-teman saya juga pengguna aplikasi *Grab* yang cukup intens.
16. Apakah Anda merasa nyaman berada dilingkungan yang memiliki gaya hidup seperti ini?
Iya menurut saya *gak* masalah memiliki gaya hidup seperti ini.
17. Apakah penggunaan *Grab* sudah menjadi ketergantungan dalam gaya hidup Anda?
Iya, saya cukup bergantung dengan aplikasi *Grab* ini.
18. Apakah Aplikasi *Grab* sudah menjadi alternatif solusi dari kebutuhan keseharian Anda?
Solusi untuk transportasi umum, membeli makanan/jasa titip membelikan ke supermarket atau manapun.
19. Adakah faktor individu dari dalam diri yang mempengaruhi gaya hidup digital Anda sekarang?
Faktor individu cenderung lebih ke kebutuhan saya sendiri.
20. Adakah faktor lingkungan yang mempengaruhi gaya hidup digital Anda sekarang?
Faktor lingkungan yang mempengaruhi ya karena memang semua sudah menggunakan ojek *online*, contohnya membeli barang online ekspedisi yang tersedia hanya *Grab*.
21. Manakah faktor yang lebih dominan, apakah faktor dari dalam diri atau faktor lingkungan yang sangat berpengaruh gaya hidup digital Anda sekarang?
Faktor dari dalam diri.
22. Apakah dengan menerapkan gaya hidup digital dalam kehidupan sehari-hari Anda merasa menjadi individu yang modern?
Iya saya merasa lebih *up to date*
23. Apa alasan Anda lebih memilih gaya hidup digital dalam melakukan aktivitas?
Karena saya memanfaatkan teknologi yang sedang berkembang saat ini untuk membantu aktifitas saya.



LAMPIRAN E

HASIL WAWANCARA INFORMANV

Nama : Iyana Mayangsari
Nama Panggilan : Mayang
Alamat : Jl Perjuangan no 78
Usia : 22 Tahun
Jenis Kelamin : Perempuan
Pendidikan : Sarjana
Pekerjaan : Guru
Penghasilan : Rp. 3.000.000

1. Apa yang Anda ketahui tentang Aplikasi *Grab*?
Sebuah platform layanan dan jasa yang membantu dan memudahkan para *customer* di era ini.
2. Darimana Anda mengenal Aplikasi *Grab* untuk pertama kalinya?
Dari teman-teman dan iklan di social media.
3. Sudah berapa lama Anda menggunakan Aplikasi *Grab*?
Kurang lebih sekitar 2 tahun.
4. Seberapa sering penggunaan Aplikasi *Grab* yang Anda lakukan?
Cukup sering menggunakannya Seminggu bisa 6-8 kali.
5. Apakah Anda menggunakan semua layanan yang tersedia di Aplikasi *Grab*?
Tidak.
6. Layanan apa yang paling sering Anda gunakan pada Aplikasi *Grab*?
Grabike, Grabfood, Grabcar dan *Grabexpress*.
7. Apakah ada pengalaman negatif saat menggunakan Aplikasi *Grab*?
Tidak pernah mendapatkan pengalaman negatif.
8. Kenapa lebih memilih Aplikasi *Grab* dibandingkan aplikasi ojol lainnya?
Lebih mudah dan terpercaya menurut saya.
9. Bagaimana menurut Anda mengenai gaya hidup digital dalam penggunaan Aplikasi *Grab*?
Lebih baik, semua serba praktis.
10. Apa motivasi Anda menggunakan Aplikasi *Grab* dalam gaya hidup digital?
Dapat membantu dan mempermudah beberapa hal.
11. Seberapa penting Aplikasi *Grab* dalam aktifitas Anda sehari-hari?
Cukup penting. Karena saya menggunkannya secara intens dan banyak aktifitas yang dilakukan menggunakan *Grab*.
12. Apakah adanya perubahan signifikan dalam keseharian Anda semenjak adanya aplikasi ini?
Ada, karena mempermudah beberapa hal jadi melakukan berbagai kegiatan lebih cepat, praktis dan *gak ribet*.
13. Apakah layanan pada Aplikasi *Grab* sudah memenuhi ekspektasi Anda dalam memenuhi gaya hidup digital? Jika tidak. Mengapa?
Ya. Mempermudah segala aktifitas saya

14. Apakah Anda akan merekomendasikan penggunaan Aplikasi *Grab* kepada kerabat Anda?
Ya. Saya sering merekomendasikannya, apalagi jika mengetahui kode promo
15. Apakah Anda lebih sering berkumpul/bergaul dengan teman-teman yang memiliki gaya hidup yang sama?
Iya teman-teman saya memiliki gaya hidup yang sama dengan saya.
16. Apakah Anda merasa nyaman berada dilingkungan yang memiliki gaya hidup seperti ini?
Iya menurut saya semua harus lebih modern jadi saya nyaman *aja*.
17. Apakah penggunaan *Grab* sudah menjadi ketergantungan dalam gaya hidup Anda?
Tidak, saya menggunakannya ketika membutuhkan saja.
18. Apakah Aplikasi *Grab* sudah menjadi alternatif solusi dari kebutuhan keseharian Anda?
Ya, saat dibutuhkan.
19. Adakah faktor individu dari dalam diri yang mempengaruhi gaya hidup digital Anda sekarang?
Ya factor individu seperti kebutuhan yang mengharuskan saya menggunakan aplikasi ini untuk membantu kegiatan sehari-hari.
20. Adakah faktor lingkungan yang mempengaruhi gaya hidup digital Anda sekarang?
Faktor lingkungan yang mempengaruhi ada, namun tidak terlalu banyak.
21. Manakah faktor yang lebih dominan, apakah faktor dari dalam diri atau faktor lingkungan yang sangat berpengaruh gaya hidup digital Anda sekarang?
Faktor individu.
22. Apakah dengan menerapkan gaya hidup digital dalam kehidupan sehari-hari Anda merasa menjadi individu yang modern?
Iya, saya merasa pemanfaatan teknologi dilakukan oleh individu yang modern
23. Apa alasan Anda lebih memilih gaya hidup digital dalam melakukan aktivitas?
Mempermudah urusan.

LAMPIRAN F

HASIL WAWANCARA INFORMAN VI



Nama : Farhandi Utama
Nama Panggilan : Fandi
Alamat : Jl Perjuangan Gg Lestari no 24A
Usia : 20 Tahun
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Pendidikan : SMA
Pekerjaan : Mahasiswa
Penghasilan : -

1. Apa yang Anda ketahui tentang Aplikasi *Grab*?
Sebuah aplikasi pelayanan di bidang jasa.
2. Darimana Anda mengenal Aplikasi *Grab* untuk pertama kalinya?
Dari iklan.
3. Sudah berapa lama Anda menggunakan Aplikasi *Grab*?
Sekitar 2 tahun.
4. Seberapa sering penggunaan Aplikasi *Grab* yang Anda lakukan?
Kira-kira penggunaan sebulan mencapai 10x.
5. Apakah Anda menggunakan semua layanan yang tersedia di Aplikasi *Grab*?
Hanya *Grabcar*, *Grabike*, *Grabfood*.
6. Layanan apa yang paling sering Anda gunakan pada Aplikasi *Grab*?
Grabcar.
7. Apakah ada pengalaman negatif saat menggunakan Aplikasi *Grab*?
Belum pernah.
8. Kenapa lebih memilih Aplikasi *Grab* dibandingkan aplikasi ojol lainnya?
Lebih memuaskan.
9. Bagaimana menurut Anda mengenai gaya hidup digital dalam penggunaan Aplikasi *Grab*?
Lebih keren.
10. Apa motivasi Anda menggunakan Aplikasi *Grab* dalam gaya hidup digital?
Agar semakin bermanfaat dan lebih cepat dalam berbagai proses.
11. Seberapa penting Aplikasi *Grab* dalam aktifitas Anda sehari-hari?
Lumayan penting, terutama saat musim hujan.
12. Apakah adanya perubahan signifikan dalam keseharian Anda semenjak adanya aplikasi ini?
Ada, terutama Ketika saya ingin memesan makanan tengah malam ataupun saat hujan.
13. Apakah layanan pada Aplikasi *Grab* sudah memenuhi ekspektasi Anda dalam memenuhi gaya hidup digital? Jika tidak. Mengapa?
Ya tentu saja
14. Apakah Anda akan merekomendasikan penggunaan Aplikasi *Grab* kepada kerabat Anda?

- Ya. Saya sering merekomendasikannya.
15. Apakah Anda lebih sering berkumpul/bergaul dengan teman-teman yang memiliki gaya hidup yang sama?
Tidak terlalu, karena untuk laki-laki lebih banyak menggunakan kendaraan sendiri.
 16. Apakah Anda merasa nyaman berada dilingkungan yang memiliki gaya hidup seperti ini?
Biasa saja.
 17. Apakah penggunaan *Grab* sudah menjadi ketergantungan dalam gaya hidup Anda?
Tidak terlalu, karena saya juga menggunakan kendaraan pribadi untuk aktifitas sehari-hari.
 18. Apakah Aplikasi *Grab* sudah menjadi alternatif solusi dari kebutuhan keseharian Anda?
Ya, saat dibutuhkan. Contohnya jika hujan, saya bisa memesan *Grabcar*, saat lapar saya bisa memesan *Grabfood*.
 19. Adakah faktor individu dari dalam diri yang mempengaruhi gaya hidup digital Anda sekarang?
Ya faktor individu seperti kebutuhan.
 20. Adakah faktor lingkungan yang mempengaruhi gaya hidup digital Anda sekarang?
Faktor lingkungan tidak terlalu berperan besar.
 21. Manakah faktor yang lebih dominan, apakah faktor dari dalam diri atau faktor lingkungan yang sangat berpengaruh gaya hidup digital Anda sekarang?
Faktor individu.
 22. Apakah dengan menerapkan gaya hidup digital dalam kehidupan sehari-hari Anda merasa menjadi individu yang modern?
Iya, karena memang ini diperuntukkan untuk anak muda yang memiliki aktivitas tinggi dan tidak mau repot.
 23. Apa alasan Anda lebih memilih gaya hidup digital dalam melakukan aktivitas?
Mempermudah, tidak memerlukan banyak tenaga.





Tanggal 23 Agustus 2020 peneliti sedang melakukan kegiatan wawancara dengan informan I



Tanggal 24 Agustus 2020 peneliti sedang melakukan kegiatan wawancara dengan informan I



Tanggal 26 Agustus 2020 peneliti sedang melakukan kegiatan wawancara dengan informan II



Tanggal 26 Agustus 2020 peneliti sedang melakukan kegiatan wawancara dengan informan II.



Tanggal 25 Oktober 2020 peneliti sedang melakukan kegiatan wawancara dengan informan IV



Tanggal 01 November 2020 peneliti sedang melakukan kegiatan wawancara dengan informan V.



Tanggal 01November 2020 peneliti sedang melakukan kegiatan wawancara dengan informan VI.

