

KONFIRMATORI E-LIFESTYLE PADA KELOMPOK KONSUMEN GENERASI Z

Oleh: Arum D, Tony W, Andreas M K

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara dan pola hidup sehari-hari. Perubahan yang terjadi adalah gaya hidup yang cenderung ke arah digital (e-lifestyle). Pemahaman gaya hidup dapat menjadi bahan dalam menyusun strategi pemasaran sesuai segmen yang dituju khususnya generasi Z yang teridentifikasi memiliki gaya hidup yang sesuai dengan perkembangan teknologi informasi/digital. Penelitian yang dilakukan bertujuan mengkonfirmasi faktor-faktor e-lifestyle di kalangan generasi Z khususnya mahasiswa UNY sebagai anggota civitas akademika yang dominan di lingkungan akademis. Secara khusus, tujuannya adalah mengidentifikasi pola pembentukan e-lifestyle pada generasi Z khususnya kalangan mahasiswa serta media informasi/sosial yang digunakan oleh generasi Z. Jenis penelitian bersifat survei. Penelitian ini diawali melalui pengamatan empiris lapangan. Populasi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa UNY. Teknik sampling menggunakan teknik simple random sampling. Data yang digunakan adalah data primer yaitu respon yang diberikan oleh subjek penelitian terkait faktor-faktor e-lifestyle. Data dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis faktor (factor analysis) yaitu CFA (Confirmatory Factor Analysis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif yang menjadi dasar e-lifestyle pada generasi Z sesuai 4 faktor yaitu e-activities, e-interests, e-opinions dan e-values. Media informasi/sosial yang sering digunakan oleh generasi Z yaitu Instagram, Youtube, Line, Facebook, Twitter, Discard, Pinterest, Spotify dan Telegram. Tujuan penggunaan media informasi/sosial yaitu komunikasi, hiburan, aktivitas konsumsi/belanja dan komunitas/hobby.

Kata kunci: Generasi Z, E-lifestyle