

PERILAKU KOMUNIKASI MAHASISWA DALAM MEMILIH PRODUK

SMARTPHONE

(Studi Fenomenologi Tentang Perilaku Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo Dalam
Memilih Produk *Smartphone*)

SKRIPSI

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir dan
Memenuhi Syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana dalam Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
di Jurusan Ilmu Komunikasi

Oleh :

YUNITA

NIM : 10240103

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
PONOROGO

2014

HALAMAN LOGO

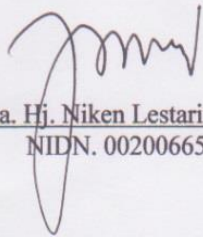


HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi oleh Yunita ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

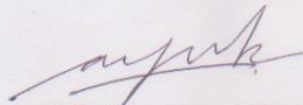
Ponorogo, 11 Agustus 2014

Pembimbing I



Dra. Hj. Niken Lestari, M.Si
NIDN. 0020066503

Pembimbing II



Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom, M.Si
NIDN. 0725038605

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi oleh Yunita ini,

Telah dipertahankan didepan penguji

Pada hari : Senin

Tanggal : 01 September 2014

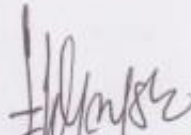
Pukul : 11.00 s/d 12.30 wib

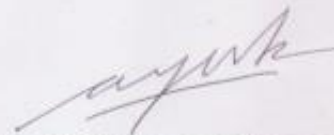
DEWAN PENGUJI


Penguji I

Penguji II

Penguji III



Dra. Ekanti Wahjuni, M.Si.
NIDN. 0722126101


Ayub Dwi Anggoro, S.Ikom, M.Si
NIDN. 0725038605


Dra. Hj. Niken Lestarini, M.Si
NIDN. 0020066503

Mengetahui,
Dekan,




Dra. Hj. Niken Lestarini, M.Si
NIDN. 0020066503

HALAMAN MOTTO

Satu-satunya yang bertanggung jawab

Menjaga semangat saya

Adalah

Diri saya sendiri

"Be as you wish, because you only one life and one
chance to do what you want"

HALAMAN PERSEMBAHAN

SKRIPSI ini ku persembahkan untuk,
Yang Tercinta Ibunda Sarmiati & Ayah Sunarto
Serta Adikku Dian Aminarta yang tersayang

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT. Karena karuniaNya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Perilaku Komunikasi Mahasiswa Dalam Memilih Produk *Smartphone*. Sesuai dengan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku komunikasi mahasiswa dalam memilih produk *smartphone*.

Selama melakukan penelitian ini, tak lupa penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada kedua orang tua saya, Ibunda Sarmiati dan Ayah Sunarto. Terima kasih atas semua doa, pengorbanan, kasih sayang, dukungan, serta motivasinya yang selama ini ibu dan ayah berikan. Terima kasih juga untuk adikku Dian Aminarta yang telah membantu dan selalu memberikan semangat terima kasih, kepada :

1. Dosen pembimbing yang telah memberikan saran, dukungan, dan bimbingan sampai pada penyelesaian skripsi ini. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk membimbing saya.
2. Ibu Dra. Hj. Niken Lestarini, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Eli Purwati, S.Sos selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Dosen-dosen Ilmu Komunikasi yang telah banyak memberikan ilmu dan dorongan dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Segenap keluarga besar embok Sulih, kakung Sastro Utomo, Embah Damsini, terima kasih telah menjadi penyemangat ku. Semoga selalu diberi kesehatan lahir dan batin.

6. Farida, Latifa, Ayu, tante Aminah, om Mada, mbak Puji, mbak rani, mbak endang, mbak titik, mbak iva, dan si kecil amel, terima kasih telah menemani hari-hariku, mengisi dan mewarnai setiap hari-hariku. Terima kasih banyak buat kalian semua.
7. Teman teman HMJ Ilmu Komunikasi (Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi) terima kasih telah memberikan semangat yang luar biasa.
8. Teman teman KKN 2014 kelompok 15 yang selalu memberikan motivasi dan keceriaan tersendiri dalam keseharian yang penuh dengan kebersamaan.
9. Seluruh teman Ilmu Komunikasi S1 angkatan 2010, Mareta. Farida, Meta, Intan, Eka, Harwin, Dila, Sukma, Dadang, Erwin, Ongky, Danar, Vindy, Edi, terima kasih atas semangat dan kerjasamanya.
10. Untuk seseorang yang senantiasa memberi semangat, motivasi dan doa serta mengajarku untuk selalu sabar. (untukmu seseorang yang aku dambakan)
11. Dan pihak pihak yang belum disebutkan satu persatu, terima kasih telah membantu dalam penyelesaian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan, maka kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah dibutuhkan guna memperbaiki kekurangan yang ada. Akhir kata semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca, khususnya teman – teman di Program Studi Ilmu Komunikasi.

Ponorogo , 30 Agustus 2014

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Penegasan Istilah.....	7
F. Landasan Teori.....	8
G. Definisi Operasional	16
H. Metode Penelitian	18
BAB II DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN	
A. Profil Universitas Muhammadiyah Ponorogo.....	26
B. Profil Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.....	33
C. Profil Jurusan Ilmu Komunikasi	37
BAB III PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	
A. Penyajian data	40
B. Analisa Data	60

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	65
B. Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Logo Universitas Muhammadiyah Ponorogo

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Struktural Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Bagan 2. Struktural Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

ABSTRAK

YUNITA, Perilaku Komunikasi Mahasiswa Dalam Memilih Produk *Smartphone*,
(dibimbing oleh Ibu Niken Lestarini)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perilaku komunikasi mahasiswa dalam memilih produk *smartpone*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku komunikasi mahasiswa dalam memilih produk *smartphone*. Jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif dengan metode fenomenologi. Teknik pengambilan informan dalam penelitian ini dengan *purposive sampling*. *Purposive Sampling* yaitu pengambilan informan dengan memilih informan di antara populasi yang sesuai dengan yang dikehendaki peneliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku komunikasi didasari pada motif, motif yang menunjukkan strata sosial, eksis, ditengah-tengah masyarakat, interaksi yang terjadi dalam *smartphone* sebagai alat komunikasi dan mencari informasi berubah menjadi ajang bersosialisasi dan gaya hidup yang tinggi. Kebanyakan mahasiswa menshare sisi *hedonisme*(kesenangan duniawi) dan fungsi *entertainment* saja dari keempat fungsi komunikasi yang ada.

Kata kunci: perilaku komunikasi, motif, interaksi, informasi, *smartphone*.