

INTERPRETASI KHALAYAK TERHADAP GAYA HIDUP DIGITAL DI SAMARINDA (Studi pada Dompot Digital OVO di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2019 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Samarinda)

Aprilyani¹, Hairunnisa², Johantan Alfando Wikandana Sucipta³

Abstrak

Interpretasi atau penafsiran merupakan kemampuan untuk menghubungkan dua konsep yang berbeda, serta kemampuan membedakan yang pokok dan yang bukan. Interpretasi dapat merujuk dalam proses pemahaman atau penafsiran yang sedang berlangsung hasilnya. Sedangkan gaya hidup digital merupakan gambaran gaya hidup masa kini yang sarat dengan perkembangan teknologi informasi. Perkembangan teknologi memobilisasi pekerjaan khalayak untuk memenuhi kebutuhan sehari – harinya dan memberikan pengaruh besar pada gaya hidup digital saat ini. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis serta mengetahui pemahaman dan interpretasi khalayak terhadap gaya hidup digital atau e-lifestyle pada penggunaan layanan aplikasi OVO di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi 2019 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan fokus penelitian ini menggunakan menggunakan teori difusi inovasi dari Rogers (1983) yang ditujukan untuk pengadopsian terhadap khalayak melalui karakteristik inovasi yaitu keuntungan relatif (relative advantages), kesesuaian (compability), kerumitan (complexity), kemungkinan untuk dicoba (trialability), dan mudah diamati (observability). Jenis penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dan dengan melakukan wawancara mendalam (indepth interview). Pengumpulan data pada penelitian ini antara lain observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan melalui tiga tahap yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pemahaman dan pemaknaan gaya hidup digital pada penggunaan aplikasi OVO di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi 2019 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman yakni sebagai perilaku kekinian, kebutuhan hidup dan gaya hidup konsumtif dalam menerima sebuah inovasi aplikasi dompet digital OVO sebagai gaya hidup digitalnya. Informan secara sadar memiliki perilaku yang kekinian pada era digital saat ini sehingga penggunaan aplikasi OVO dapat memenuhi kebutuhannya yang konsumtif.

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. [Email: laprilya12@gmail.com](mailto:laprilya12@gmail.com)

Kata Kunci: Pengguna Aplikasi OVO, Gaya Hidup Digital, Difusi Inovasi, Karakteristik Inovasi.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi kini sangat merubah kehidupan khalayak secara signifikan pada kehidupan sehari – hari, perkembangan yang pesat saat ini salah satunya adalah teknologi digital. Pada zaman ini, tidak dapat dipungkiri bahwa perubahan tersebut menghadirkan gaya hidup digital. Gaya hidup digital adalah suatu penggunaan teknologi berbasis digital untuk menunjang kehidupan khalayak. Perangkat yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan khalayak cukup dengan satu genggam yakni *smartphone*. Bill Gates mengatakan bahwa gaya hidup digital akan semakin efisien dan simple dengan teknologi, sehingga dapat memenuhi kebutuhan khalayak dengan mudah.

Layanan pembayaran digital semakin pesat pertumbuhannya seiring dengan penggunaan *smartphone* yang ada di Indonesia. Khalayak dengan mudah melakukan transaksi secara langsung tanpa harus memilih – milih metode penyedia pembayaran digital lainnya. Peningkatan penggunaan layanan *cashless* membuka ruang bagi tumbuh dan berkembangnya mata uang digital contohnya aplikasi OVO. OVO merupakan sebuah layanan aplikasi dompet digital yang mengintegrasikan loyalty points, penawaran prioritas dan pembayaran digital eksklusif sesuai dengan UU RI No. 11 Tahun 2008 Pasal 9 tentang informasi yang lengkap dan benar terkait produk yang ditawarkan.

Willis (2011) usia 18 – 24 tahun adalah usia dewasa awal (*young adulthood*), dimana menurut hasil proyeksi penduduk di Indonesia, remaja dengan usia 10- 24 tahun sekitar 63 juta atau 26% dari jumlah penduduk Indonesia dan diantaranya adalah mahasiswa dengan jumlah 23,3 juta. Jumlah mahasiswa di Indonesia sangat kompleks sehingga usia 18 – 24 tahun merupakan generasi Z yang terahir pada era digital saat ini. Generasi Z tersebut telah memasuki fase dewasa sehingga memiliki kemampuan dalam mempengaruhi bidang – bidang di kehidupan sehari harinya yakni agama, ekonomi, budaya, sosial dan politik. Maka, sesuai dengan usia produktif tersebut peneliti memilih mahasiswa Ilmu Komunikasi 2019 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman Samarinda sebagai objek dalam penggunaan aplikasi OVO. Berdasarkan fenomena di latar belakang diatas, maka penulis termotivasi untuk melakukan penelitian ini dalam bentuk skripsi dengan judul Interpretasi Khalayak Terhadap Gaya hidup Digital di Samarinda (Studi pada Pengguna Aplikasi OVO di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2019 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman).

Kerangka Dasar Teori

Interpretasi

Interpretasi merupakan serangkaian proses untuk memeriksa data melewati beberapa proses yang telah ditentukan sebelumnya, yang dapat membantu memberikan beberapa makna pada data dan menarik kesimpulan yang relevan. Maka, interpretasi data melibatkan penafsiran hasil analisis data. Interpretasi atau penafsiran merupakan kemampuan untuk menghubungkan dua konsep yang berbeda, serta kemampuan membedakan yang pokok dan yang bukan (Sudjana, 2013). Maka disimpulkan interpretasi atau kemampuan menafsirkan merupakan keahlian untuk memahami ide – ide yang telah dimodifikasi dalam bentuk lain, contohnya bentuk tabel, grafik, bagan, simbol, gambar, maupun yang terkait secara visual. Interpretasi dapat merujuk dalam proses pemahaman atau penafsiran yang sedang berlangsung hasilnya.

Difusi Inovasi

Rogers (1971) menjelaskan bahwa alat untuk menyampaikan pesan – pesan suatu ide inovasi baru di komunikasikan melalui saluran komunikasi kepada khalayak. Media massa merupakan saluran komunikasi yang cepat, efisien dan tepat untuk memperkenalkan dan menyebarkan suatu ide inovasi terhadap khalayak dan suatu sistem sosial sehingga tersebar dengan luas dan serempak dengan waktu yang bersamaan. Inovasi adalah suatu ide, karya atau objek yang dianggap baru oleh khalayak.

Rogers (2003) pada Elvinaro Ardianto, difusi inovasi memiliki 4 (empat) elemen unsur utama, yakni:

- 1) Inovasi merupakan tindakan, gagasan dan ide yang dianggap baru secara subjektif oleh individu yang menerima suatu inovasi baru tersebut.
- 2) Saluran komunikasi merupakan alat untuk menyampaikan pesan – pesan sebuah inovasi kepada penerima. Sumber wajib memperhatikan tujuan diadakannya komunikasi dan karakteristik penerima untuk memilih saluran komunikasi. Media massa yang digunakan untuk memperkenalkan suatu inovasi terhadap khalayak yang luas agar lebih cepat, tepat dan efisien dalam menyebarkan suatu ide baru tersebut. Berbeda dengan saluran interpersonal dimana komunikasi tersebut dimaksudkan untuk mengubah perilaku dan sikap penerima ide baru.
- 3) Jangka waktu adalah proses dimana suatu keputusan inovasi melalui seseorang untuk mengetahui diterima atau ditolaknya suatu inovasi dan pengukuhan pada keputusan tersebut sangat berhubungan terhadap dimensi waktu. Dimensi waktu terlihat pada proses pengadopsian keputusan sebuah inovasi terhadap individu atau sistem sosial dapat diterima dengan cepat atau lambat.
- 4) Sistem sosial adalah suatu kumpulan khalayak yang berbeda secara fungsinya dan bekerjasama untuk memecahkan suatu masalah agar tercapainya tujuan bersama.

Karakteristik Inovasi

Teori karakteristik inovasi memiliki kecepatan proses adopsi inovasi yang ditentukan dan memiliki faktor yakni, ciri sistem sosial, saluran komunikasi, komunikator dan kegiatan promosi. Rogers (1983) mengungkapkan 5 (lima) karakteristik inovasi yang dapat digunakan pada indikator untuk mengukur interpretasi khalayak, yaitu:

- 1) Keuntungan relatif (*relative advantages*), merupakan suatu derajat dimana ide inovasi dirasakan lebih baik (apabila diadopsi) daripada ide lain yang ada sebelumnya. Ide inovasi memiliki keuntungan relatif terhadap ide tersebut dapat diukur secara ekonomis kenyamanan, menguntungkan dan kepuasan. Unsur inovasi ini merupakan hal yang sangat penting, semakin besar keunggulan dan keuntungan relatif yang dirasakan oleh pengadopsi, maka semakin cepat inovasi tersebut dapat diterima.
- 2) Kesesuaian (*compability*), adalah suatu derajat dimana inovasi dirasakan konsisten dengan nilai – nilai yang ada, pengalaman sebelumnya, dan kebutuhan khalayak yang melakukan adopsi. Maka dari itu suatu inovasi yang tidak kompatibel dengan sekumpulan sistem sosial tidak akan diterima secepat ide yang kompatibel. Contohnya, jika suatu ide baru tidak sesuai dengan norma atau nilai yang ada, inovasi tersebut tidak mudah diadopsi sebagaimana dengan inovasi yang sesuai. Inovasi harus memiliki kesesuaian dengan:
 - a. Sistem nilai dan kepercayaan dari sosial budaya
 - b. Ide – ide yang diperkenalkan sebelumnya
 - c. Kebutuhan pengadopsi untuk melakukan sebuah inovasi
- 3) Kerumitan (*complexity*), merupakan derajat dimana suatu ide baru dirasa sebagai suatu yang sulit untuk dimengerti dan digunakan. Beberapa inovasi tertentu ada yang dengan mudah dipahami dan digunakan oleh pengadopsi dan ada pula sebaliknya. Semakin mudah ide baru dimengerti dan dipahami, maka semakin cepat suatu inovasi dapat diadopsi, begitu juga sebaliknya. Kesulitan merupakan hambatan dalam proses percepatan suatu adopsi inovasi.
- 4) Kemungkinan untuk dicoba (*trialability*), merupakan suatu derajat dimana inovasi dapat dicoba dalam skala kecil dan dalam batas tertentu. Suatu ide baru yang dapat diujicobakan pada setting sesungguhnya akan lebih cepat diadopsi daripada inovasi yang tidak dicoba sebelumnya. Jadi, agar lebih cepat diterima untuk diadopsi, maka suatu inovasi harus mampu mengemukakan dan memberikan keunggulannya pada saat diujicobakan.
- 5) Mudah diamati (*observability*), merupakan suatu hasil dimana ide baru dapat disaksikan dan dilihat oleh khalayak sebagai keuntungan ekonomis, sehingga proses adopsi dapat dipertimbangkan atau diterima oleh khalayak. Semakin mudah khalayak melihat hasil suatu inovasi, maka semakin besar kemungkinan kumpulan sosial tersebut mengadopsinya. Semakin besar keuntungan dan

keunggulan relatif, kesesuaian, kemampuan untuk dicoba, dan kemampuan untuk diamati, maka semakin kecil kerumitannya dan inovasi akan lebih cepat diadopsi dan diterima khalayak.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menerapkan teknik pendekatan kualitatif untuk menafsirkan kejadian melalui metode yang ada. Pendekatan kualitatif yang memungkinkan peneliti menginterpretasikan serta mengetahui yang ada pada fenomena dengan menggunakan tulisan dan tidak bergantung pada angka. Peneliti menggunakan metode ini untuk mengetahui serta mendeskripsikan difusi inovasi melalui indikator 5 (lima) karakteristik inovasi, serta tanggapan mahasiswa Ilmu Komunikasi 2019 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman tentang gaya hidup dalam penggunaan dompet digital pada aplikasi OVO. Bentuk fenomena perkembangan gaya hidup digital yang sarat dengan perkembangan teknologi informasi. Tahap penelitian yang digunakan untuk mengeluarkan data deskriptif berupa tulisan atau yang diucapkan seseorang serta perilaku – perilaku yang dapat dilihat (Bodgan dan Taylor, 2007). Maksud dari penelitian kualitatif ialah untuk mengetahui keadaan, peran, kejadian, dan sistem sosial suatu kelompok dalam interaksi tertentu (Locke, Spirduso, dan Silveran 2016).

Hasil Penelitian

Pemahaman dan Pemaknaan Gaya Hidup Digital pada Penggunaan Aplikasi OVO di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2019

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan saat dilakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) pada informan yang menguraikan mengenai pemahaman serta pemaknaan gaya hidup digital dalam penggunaan aplikasi dompet digital OVO. Gaya hidup digital adalah bentuk perilaku khalayak yang dapat direfleksikan melalui pemahaman dan perilaku dalam menggunakan suatu layanan digital yang digunakan pada aplikasi ini. Penulis akan menguraikan serta menganalisa sesuai dengan penyampaian yang diberikan oleh informan saat wawancara mendalam mengenai gaya hidup digital dalam penggunaan aplikasi OVO. Berikut ini hasil pemahaman yang dipahami oleh setiap informan.

1) Kebutuhan Hidup

Aplikasi OVO memberikan perubahan besar terhadap khalayak masa kini dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Ketiga informan Abi Tri Wardana, Muhammad Dzidan Syachrany dan Muhammad Hafidz Alfidhin sepakat bahwa dalam menggunakan aplikasi OVO maka khalayak memahami gaya hidup digital sebagai kebutuhan sehari – hari dalam kehidupan. Informan berpendapat bahwa remaja dewasa masa kini yang tidak bisa lepas dari *smartphone* karena ketergantungan akan dunia digital dan menggunakan aplikasi tersebut untuk kebutuhan hidup yang positif.

Sesuatu yang tepat diutarakan pada penelitian ini adalah dalam wujud penggunaan aplikasi OVO pada penggunaan kebutuhan sehari – hari. Muhammad Dzidan Syachrany dan Muhammad Hafidz Alfidhin menggunakan aplikasi OVO sebagai alat pembayaran digital untuk memesan makanan *online* melalui layanan Grab Food. Berdasarkan pendapat mereka, kegiatan dalam menggunakan aplikasi OVO cukup untuk memenuhi kebutuhannya. Mereka juga mengatakan bahwa saat memesan makanan dengan metode pembayaran OVO, sering kali aplikasi tersebut memberikan *cashback* pada penggunaannya, hal tersebut membuat keempat informan tertarik menggunakan aplikasi OVO dalam kebutuhannya.

Apabila memantau dari teori difusi inovasi yang menjelaskan bagaimana suatu ide baru atau sebuah inovasi melalui perkembangan teknologi yang menyebar dalam suatu kebudayaan terhadap khalayak masa kini. Penyebaran dan pengenalan pembaruan sebuah inovasi melalui budaya dan teknologi dari suatu pihak ke pihak lainnya melalui beberapa saluran dengan jangka waktu tertentu pada sebuah kumpulan khalayak atau sistem sosial. Teori yang dikemukakan oleh Rogers meyakini bahwa sebuah ide baru yang telah terdifusi pada khalayak dengan pola yang dapat diprediksi. Dapat disimpulkan bahwa difusi inovasi merupakan proses untuk mendistribusikan suatu ide – ide baru dan dikembangkan melalui proses kontruksi sosial sehingga dapat dipandang secara objektif dan diadopsi khalayak. Melalui karakteristik inovasi yang mendorong terjadinya interpretasi yang diutarakan oleh Rogers, interpretasi memiliki proses produksi dan penerimaan yang berbeda pada keuntungan relatif (*relative advantage*) sebagai penyampaian pesan yang ideal oleh respon audiens dan sesuai dengan harapan pengirim pesan. Sebuah inovasi atau ide baru dikatakan lebih baik dan merasakan langsung dampak dari ide baru tersebut. Semakin besar keuntungan relatif maka semakin cepat ide baru tersebut dapat diadopsi khalayak. Maka aplikasi OVO sebagai layanan internet dan khalayak yang sebagian besar mengadopsi gaya hidup digital untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari – harinya. Gaya hidup digital mampu memberikan kenyamanan dan efektifitas dalam membantu kegiatan individu untuk pekerjaan sehari – hari sebagai kebutuhan hidup.

2) Perilaku Masa Kini/Kekinian

Perkembangan teknologi saat ini khususnya pada layanan aplikasi sebagian besar dimanfaatkan untuk pemenuhan kebutuhan setiap individu, contohnya saat berkomunikasi dengan seseorang yang berbeda jarak dan waktu, berbelanja *online*, hingga menyimpan uang secara digital dalam *smartphone*. Aplikasi dompet digital saat ini sudah melekat dalam layanan – layanan yang diperlukan oleh setiap individu. Contohnya saat memesan makanan, berbelanja kebutuhan hidup secara *online*, dan bertransaksi saat membeli

kebutuhan di gerai *offline* yang telah menyediakan pembayaran melalui aplikasi OVO.

Perihal penjelasan diatas maka dipahami oleh ketiga informan Abi Tri Wardana, Muhammad Dzidan Syachrany dan Muhammad Hafidz Alfidhin memandang bahwa pemakaian aplikasi OVO sebagai gaya hidup digital dalam pemakaiannya dan pemanfaatan teknologi untuk bertransaksi secara *cashless* pada khalayak remaja dewasa masa kini. Mereka memahami gaya hidup digital sebagai gaya hidup kekinian yang sesuai dengan zaman saat ini ketika seorang anak remaja dewasa masa kini yang tidak bisa lepas dari genggamannya *smartphone* – nya untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari. Penggunaan teknologi aplikasi OVO saat dibutuhkan menghasilkan efisiensi waktu sehingga kebutuhan sehari – hari akan terbantuan.

3) Gaya Hidup Konsumtif

Ketiga informan menjelaskan bahwa aplikasi OVO saat ini sesuai dengan gaya hidup remaja dewasa yang selalu bergantung pada layanan internet untuk menggunakan sebuah aplikasi yang sudah menyatu dalam kehidupan individu, akan tetapi mereka memahami bahwa hal tersebut kembali pada masing – masing setiap individu yang menggunakan aplikasi sebagai kebutuhan kesehariannya. Pemahaman gaya hidup digital seperti yang dijabarkan diatas adalah bentuk dari pemahaman karakteristik inovasi pada kesesuaian (*compatibility*) dalam hal ini khalayak menyadari kesesuaian pada difusi inovasi yang telah sesuai dengan keadaan, kebudayaan, dan nilai pada era saat ini. Kesesuaian dalam penggunaan aplikasi OVO sebagai media pembayaran *online* yang berkaitan dengan kebutuhan pada khalayak saat ini akan cepat dan mudah diadopsi.

4) Gaya Hidup Masa Kini

Pemahaman gaya hidup digital untuk menggunakan aplikasi OVO merupakan sebuah gaya hidup digital yang dipahami sebagai perkembangan teknologi yang semakin berubah zamannya tahun ke tahun dalam memenuhi suatu kebutuhan khalayak sehari – hari. Aplikasi OVO saat ini ialah wujud dari perkembangan zaman yang dikonsumsi untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan individu. Informan menyadari aplikasi OVO merupakan gaya hidup digital yang digunakan oleh khalayak sebagai masyarakat kekinian yang harus diterima.

Abi Tri Wardana, Muhammad Dzidan Syachrany dan Muhammad Hafidz Alfidhin menyatakan aplikasi OVO mampu dikatakan sebagai pengganti dompet konvensional, karena perkembangan teknologi digital saat ini, karena informan tersebut menegaskan bahwa mereka sering bertransaksi secara *cashless* untuk memudahkannya. Ketiga informan pun sepakat bahwa saat menggunakan aplikasi OVO sangat memudahkan dan praktis hanya dengan membawa sebuah genggamannya *smartphone* saja sudah cukup untuk

betransaksi *online* maupun *offline*.

5) Pemenuhan Kebutuhan Hidup

Pada perkembangan teknologi saat ini terkhusus layanan aplikasi, pemahaman mengenai gaya hidup digital saat mengkonsumsi aplikasi OVO dalam gaya hidup masa kini dijelaskan sebagai pemenuhan keinginan kebutuhan pengguna aplikasi OVO. Pemenuhan kebutuhan hidup ini tidak lepas dari penggunaan layanan internet yang berkembang saat ini, aplikasi OVO salah satu bentuk dari hal tersebut untuk penelitian ini. Kebutuhan hidup setiap khalayak merupakan sebuah pemenuhan yang di capai agar terpenuhi segala keinginan untuk memobilisasi pekerjaan sehari – hari setiap khalayak yang hidup di dunia.

Proses Difusi Aplikasi OVO pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2019

Seperti yang diungkapkan Rogers (1996) pada proses difusi yang terbagi menjadi 4 (elemen) yakni inovasi, saluran komunikasi, waktu dan sistem sosial yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Inovasi

Inovasi merupakan suatu ide atau gagasan yang disebarluaskan untuk membawa perubahan bagi khalayak. Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2019 khususnya ketiga informan diatas merupakan khalayak yang menjadi sasaran untuk target adopter inovasi yang dirasakan baru dan belum pernah dicoba. Aplikasi OVO hadir sebagai inovasi dompet digital yang merupakan hal baru atau penemuan baru dalam menyimpan uang secara digital dan meyakinkan ketiga informan tersebut bahwa aplikasi OVO perlu untuk diadopsi dan memutuskan untuk menggunakannya.

Ketiga informan merupakan khalayak yang mencoba inovasi aplikasi OVO sebagai dompet digital dan merasakan sesuatu yang baru dan belum pernah mereka coba. Peralihan dari dompet konvensional ke dompet digital yang dicoba ketiga informan tersebut menjadi hal penemuan baru pada zaman perkembangan teknologi saat ini. Mereka menyimpan uang secara digital dan hanya menggunakan *smartphone* – nya jika ingin bertransaksi secara *online* maupun *offline*. Aplikasi OVO meyakinkan ketiga informan untuk menggunakan aplikasi OVO sebagai dompet digitalnya dan mengemukakan keunggulan saat menggunakannya, sehingga ketiga informan tersebut memutuskan untuk mengadopsi dan menggunakan aplikasi OVO sebagai dompet digitalnya.

b. Saluran Komunikasi

Saluran Komunikasi adalah elemen utama untuk menentukan keberhasilan suatu ide baru yang sedang berlangsung karena menggunakan saluran komunikasi pesan – pesan inovasi yang dibuat oleh agen pembaruan dan disebarkan secara luas pada khalayak yang menjadi sasaran adopter.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2019 mendapatkan informasi mengenai aplikasi OVO pada media sosial seperti iklan yang muncul pada *smartphone* yang sedang mereka gunakan. Ketiga informan tersebut tertarik dan terpengaruh untuk menggunakan karena aplikasi OVO mengemukakan keunggulannya pada iklan tersebut, contohnya saat mereka bertransaksi untuk melakukan pembayaran secara *online*, aplikasi OVO menawarkan diskon pembayaran lebih murah daripada menggunakan uang cash. Ketiga informan akhirnya menggunakan aplikasi OVO tersebut pada kehidupan sehari – hari untuk bertransaksi secara *online* maupun *offline*.

Saluran komunikasi sangat penting dalam proses suatu inovasi atau ide baru yang digunakan oleh aplikasi OVO untuk menarik pengadopsi akan hal baru dalam perkembangan teknologi khususnya dompet digital. Saluran komunikasi yang dipilih aplikasi OVO untuk menyebarluaskan inovasi pada dompet digital sangat tepat sehingga proses difusi inovasi yang dilakukan diterima dan efektif. Saluran komunikasi yang digunakan aplikasi OVO yakni saluran komunikasi massa elektronik yang mampu mencapai sasaran khalayak secara serempak dan cepat hingga mampu menjangkau khalayak luas. (Nasution, 1995)

c. Waktu

Pada proses penyebaran ide baru atau inovasi, waktu merupakan hal yang utama dan tidak dapat diabaikan oleh agen pembaruan yakni aplikasi OVO. Rogers (1996) waktu pada proses difusi inovasi melibatkan hal: 1) Proses pengambilan keputusan inovasi oleh khalayak. Hal ini waktu dapat diukur saat pertama kali ketiga informan mengetahui adanya sebuah aplikasi OVO sebagai dompet digital hingga menggunakannya dalam kehidupan sehari – hari. Proses keputusan yang dilalui ketiga informan yakni informan sadar adanya sebuah ide baru yang diberikan aplikasi OVO sebagai pengganti dompet konvensional menjadi dompet digital. Muncul keyakinan dalam diri informan untuk menerima aplikasi OVO sebagai pembaruan sehingga memutuskan untuk menggunakan aplikasi OVO untuk memenuhi kebutuhan sehari – harinya. 2) Tingkat kecepatan dalam proses adopsi. Rogers (1996) menjelaskan suatu inovasi diukur berdasarkan waktu yang digunakan seseorang untuk mengadopsi suatu ide baru. Perbandingan waktu yang digunakan pada setiap individu untuk mengadopsi suatu ide baru. Tidak membutuhkan waktu yang lama untuk ketiga informan dalam menerima dan mengadopsi aplikasi OVO sebagai pengganti dompet konvensional menjadi dompet digital. Menurut hasil wawancara saat pertama kali mereka melihat iklan aplikasi OVO di media sosialnya, mereka langsung mengunduh aplikasi OVO dan menggunakannya untuk bertransaksi secara *online*. 3) Jumlah suatu sistem untuk mengadopsi pada kurun waktu tertentu. Hal ini dapat diukur melalui sekelompok sistem sosial dalam proses

pengadopsian sebuah ide baru pada panjangnya waktu yang dibutuhkan. Aplikasi OVO mengenalkan sebuah pembaruan dompet digital ke suatu sistem sosial dengan cara menyebarkan melalui iklan di media sosial yang saat ini media massa elektronik menjadi pilihan yang tepat. Media massa yang dipilih aplikasi OVO tersebar secara cepat melalui media sosial karena disebar secara serempak dengan kurun waktu yang sama, sehingga informasi yang diberikan merata hingga ke pelosok. Ketiga informan tersebut telah mengakui mengetahui aplikasi OVO melalui media sosialnya.

d. **Sistem Sosial**

Sistem sosial merupakan elemen yang sangat penting pada proses difusi inovasi. Rogers (1996) mengungkapkan sistem sosial adalah unit yang saling berkaitan dan berhubungan dalam upaya untuk mencapai tujuan bersama. Sehingga mahasiswa Ilmu Komunikasi 2019 khususnya ketiga informan tersebut merupakan sekelompok sistem sosial yang dituju aplikasi OVO sebagai calon adopter dengan usia 21 – 24 tahun. Informan dengan usia tersebut merupakan generasi Z peralihan dari generasi milenial yang sarat dengan perkembangan teknologi. Informan diatas mampu menggunakan seluruh kegiatannya dalam kurun waktu yang bersamaan khususnya melalui *smartphone* yang digunakannya. Aplikasi OVO digunakan dan diterima pada sekelompok khalayak khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi 2019 untuk memenuhi kebutuhan sehari – harinya dalam bertransaksi secara *online* maupun *offline*.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mahasiswa Ilmu Komunikasi 2019 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Mulawarman memahami gaya hidup digital pada penggunaan aplikasi OVO sebagai kebutuhan hidup sehari – hari, perilaku masa kini dan gaya hidup yang konsumtif. Ketiga informan memaknai gaya hidup digital pada penggunaan aplikasi OVO di Samarinda sebagai gaya hidup masa kini dan sebagai pemenuhan kebutuhan hidupnya. Perkembangan teknologi digital terutama pada layanan aplikasi dompet digital OVO menjadikan khalayak masa kini khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi 2019 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sebagai gaya hidup digital yang praktis digunakan dan sangat membantu mobilitas individu yang memiliki waktu sangat padat.

Ketiga informan dengan usia generasi Z memahami atau memberikan kesimpulan terkait fenomena perkembangan teknologi saat ini khususnya saat menggunakan aplikasi OVO sebagai dompet digital untuk memenuhi kebutuhan sehari – harinya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, kehadiran aplikasi OVO dimanfaatkan oleh ketiga informan yang menghasilkan perubahan pada gaya

hidupnya. Kehidupan teknologi yang serba digital mampu mengalihkan ketiga informan untuk bergantung pada teknologi digital, maka timbul kehidupan gaya hidup digital atau e-lifestyle. Aplikasi OVO memberikan kesan positif bagi ketiga informan untuk membawa perubahan pada sikap dan perilakunya untuk menjadi mandiri dengan memanfaatkan layanan aplikasi OVO tersebut.

Saran

Peneliti menggunakan pengumpulan data dengan menggunakan metode *indepth interview* dianggap cukup efektif dalam menyelesaikan masalah pada penelitian ini. Dengan metode tersebut, peneliti mampu menggali interpretasi khalayak terhadap gaya hidup digital pada penggunaan aplikasi OVO sebagai kebutuhan sehari – hari. Peneliti mengharapkan penelitian selanjutnya mampu menjelajahi dengan luas aplikasi yang serupa atau dompet digital lainnya, khususnya khalayak masa kini terutama generasi Z. Generasi Z yang merupakan peralihan menuju perkembangan teknologi dan merasakan gaya hidup digital untuk dapat memanfaatkan layanan positif dari perkembangan teknologi saat ini khususnya aplikasi OVO sebagai dompet digital. Karena semakin berkembangnya teknologi yang pesat tahun ke tahun akan memberikan perubahan yang signifikan pada layanan internet saat ini. Peneliti berharap agar penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan objek penelitian lain untuk memperkaya data. Untuk itu penelitian selanjutnya akan mendapatkan analisis yang lebih luas mengenai gaya hidup digital saat ini dengan pemakaian aplikasi – aplikasi lainnya di era yang akan datang dan semakin canggih.

Daftar Pustaka

Rogers, Everett. M. 2003. *Diffusion of Innovation*. 5th Edition. New York: The Free Press.

Hanafi, Abdilah. 2009. *Memasyarakatkan Ide - ide Baru*. Surabaya: Usaha Nasional.

Cresswell, Jhon W. 2016. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Adlina, Fadiah. 2021. “Strategi Komunikasi Dinas Perumahan, Kawasan Permukiman dan Pertanahan (DPKP2) Kota Bontang dalam Implementasi Program Kota Tanpa Kumuh di Kelurahan Berebas Tengah.” Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

Nur Fitriani, Putri. 2019. “Proses Difusi Inovasi Gerakan Memungut Sehelai Sampah Sungai Karang Mumus (GMSS SKM) Terhadap Pengelolaan Sungai Karang Mumus di Kota Samarinda.” Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.