

Perilaku Informasi Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2018 dan 2019 dalam Mencari *Smartphone* yang Sesuai dengan Kebutuhan

Muhammad Amridojoya^{1*)}, Rukiyah²

¹Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,

²Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia

^{*)}Korespondensi: amridojoya@yahoo.co.id

Abstract

This research is entitled " Information Behavior of Diponegoro University Library Science Students Class of 2018 and 2019 in Searching for Smartphones that Suit Their Needs ". This study aims to determine how the information behavior of Diponegoro University Library Science students in finding information about smartphones that suit their needs. The research method used in this study is a qualitative research method. Data were collected using four methods, namely, semi-structured interviews, observation, literature study and documentation. Informants in this study were obtained through purposive sampling. The informants in this study were nine people who were Diponegoro University Library Science students class 2018 and 2019. The data analysis methods used in this study were, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study stated that in meeting smartphones that matched their needs, students readjusted what was needed. Students prefer to watch smartphone reviews on Youtube to meet their information needs, after which students compare the information obtained through video reviews with information on the official website to avoid false information. After all the information is met, some students choose to save the information to be used as a reference when students want to replace their old smartphone with a new smartphone.

Keywords: *information behavior; student; smartphones; library science; diponegoro university*

Abstrak

Penelitian ini berjudul "Perilaku Informasi Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2018 dan 2019 dalam Mencari *Smartphone* yang Sesuai dengan Kebutuhan". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perilaku informasi mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro dalam mencari *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Pengambilan data dilakukan dengan empat metode yaitu, wawancara semiterstruktur, observasi, studi literatur dan dokumentasi. Informan di dalam penelitian ini didapatkan melalui *purposive sampling*. Informan di dalam penelitian ini sebanyak sembilan orang yang merupakan mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro angkatan 2018 dan 2019. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menyatakan bahwa dalam memenuhi *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhan, mahasiswa menyesuaikan kembali apa yang sedang dibutuhkan. Mahasiswa lebih memilih menonton review *smartphone* di Youtube untuk memenuhi kebutuhannya setelah itu mahasiswa membandingkan antara informasi yang didapat melalui video *review* dengan informasi yang ada di *website* resmi agar terhindar dari informasi palsu. Setelah semua informasi terpenuhi beberapa mahasiswa memilih untuk menyimpan informasi tersebut untuk dijadikan referensi ketika mahasiswa ingin mengganti *smartphone* lamanya dengan *smartphone* baru.

Kata kunci: *perilaku informasi; mahasiswa; smartphone; ilmu perpustakaan; universitas diponegoro*

1. Pendahuluan

Seiring berkembangnya teknologi, gaya hidup dalam masyarakat ikut berubah, salah satunya adalah intensitas masyarakat dalam mengakses internet. Penggunaan internet sangat beragam, mulai dari

mencari informasi, berkomunikasi dan sebagainya. Dari perkembangan tersebut ada beberapa orang yang memanfaatkannya sebagai wadah untuk membuat konten informasi melalui media *online*, *product review* atau ulasan produk adalah sebutan yang biasa kita dengar. Informasi sebuah produk atau jasa dari konsumen lain dapat didapatkan dengan berbagai cara melalui internet. Hennig-Thurau, dkk. (2004) menyatakan *Electronic Word Of Mouth (eWOM)* adalah bentuk komunikasi baik lisan, tulisan maupun elektronik antarmasyarakat yang berhubungan dengan pengalaman dalam menggunakan produk dan jasa. *Online review* adalah salah satu bentuk *eWOM*, dalam *online review* konsumen dapat membagikan pengalamannya saat menggunakan produk atau jasa secara *online*. Salah satu contohnya adalah *review smartphone* pada Youtube.

Pesatnya perkembangan teknologi, informasi dapat di dapatkan dari berbagai tempat, terutama untuk mengetahui informasi tentang perkembangan *smartphone* kita dapat melihat sebuah *review* atau ulasan secara daring. Semakin berkembangnya teknologi pada *smartphone*, mahasiswa dihantui rasa penasaran akan mencoba teknologi terbaru yang ada di *smartphone*, entah karena dorongan pribadi atau rasa gengsi akan *smartphone* baru yang dimiliki oleh teman-temannya, namun beberapa mahasiswa yang ingin mengganti *smartphone*-nya rata-rata belum tahu *smartphone* seperti apa yang dibutuhkan dan hanya membeli merek *smartphone* yang sedang tren. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tri (2018) semakin besar pengaruh teman atau komunitas dalam memberikan informasi, pengalaman, dan keunggulan *smartphone* yang digunakan, ditambah dengan tren *smartphone* yang sedang diminati serta fitur yang dapat menunjang aktivitas akan semakin mendorong terjadinya keputusan pembelian *smartphone*. Tujuan penelitian Tri adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kelompok dalam keputusan pembelian *smartphone* oleh mahasiswa S1 Universitas Kristen Satya Wacana.

Peneliti menggunakan penelitian Tri untuk dijadikan salah satu contoh kasus di mana terdapat beberapa mahasiswa yang bingung ketika ingin membeli *smartphone* sehingga mahasiswa tersebut lebih memilih mengikuti saran yang diberikan teman atau komunitas untuk memutuskan membeli *smartphone* tersebut. Kebingungan ini terjadi ketika mahasiswa terlalu banyak menerima berbagai macam informasi merek *smartphone* dengan model dan spesifikasi yang mirip. Hal ini diperkuat dengan pendapat dari Mitchell dkk. (2004) menyatakan bahwa informasi yang banyak didapat dari lingkungan sekitar juga memungkinkan konsumen mengalami kegagalan untuk memahami bagian terpenting dari informasi yang tersedia yang akhirnya dapat menimbulkan kebingungan. Selain itu, kemiripan antara satu produk dengan produk lainnya juga dapat menjadi salah satu penyebab kebingungan (Mitchell dkk., 2004).

Dari contoh kasus di atas, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian kepada mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro angkatan 2018 dan 2019. Mahasiswa tersebut dipilih karena peneliti memiliki rasa ingin tahu mengapa masih ada beberapa mahasiswa yang kesulitan dalam menentukan informasi yang sesuai dengan kebutuhan, padahal di dalam Ilmu Perpustakaan terdapat mata kuliah Temu Balik Informasi serta Sumber dan Jasa Informasi yang mengajarkan

kepada mahasiswa untuk berperan sebagai pustakawan yang sedang membantu memenuhi kebutuhan informasi pemustaka. terdapat pula mata kuliah lain yang telah mahasiswa tersebut ambil yaitu, mata kuliah Literasi Informasi. Ketika mahasiswa telah mengambil mata kuliah tersebut maka seharusnya mahasiswa juga bisa memenuhi kebutuhan informasinya terutama mengenai *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhan, karena tujuan atau *goals* dari mata kuliah Literasi Informasi adalah untuk bisa memenuhi kebutuhan informasinya.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana perilaku informasi mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro dalam mencari *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhan. Adapun harapannya penelitian ini dapat bermanfaat menjadi referensi penelitian selanjutnya mengenai perilaku informasi dengan subjek lainnya dan dengan adanya penelitian ini dapat memberi manfaat bagi pihak yang berhubungan langsung dengan penelitian serta dapat dijadikan acuan atau rekomendasi tentang bagaimana cara memenuhi informasi mengenai *smartphone*.

2. Landasan Teori

2.1 Konsep Perilaku Informasi

Kamus Besar Bahasa Indonesia perilaku diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Menurut pandangan Wilson (1999) perilaku informasi merupakan keseluruhan perilaku manusia yang berkaitan dengan sumber dan saluran informasi, termasuk perilaku pencarian informasi dan penggunaan informasi baik secara aktif maupun pasif. Hampir serupa dengan teori Wilson, menurut Leckie dan Pettigrew (1997) menyatakan bahwa perilaku informasi sebagai bagaimana orang membutuhkan, mencari, memberi, dan menggunakan informasi dalam konteks yang berbeda. Sedangkan Ellis (1993) berpendapat dalam model perilaku, strategi pencarian informasi juga percaya bahwa hal terpenting dalam pencarian informasi adalah berkomunikasi dengan orang lain.

Berdasarkan dari beberapa definisi menurut para ahli di atas, bisa disimpulkan bahwa perilaku informasi merupakan perilaku maupun seluruh tindakan seseorang ketika berinteraksi dengan semua jenis sistem informasi. Ketika seseorang telah melakukan penemuan informasi, pencarian informasi, penggunaan informasi baik digunakan untuk diri sendiri atau membantu orang lain dalam konteks apapun, maka seseorang tersebut telah melakukan perilaku informasi. Perilaku informasi juga tidak bisa jauh dari peranan orang lain, karena informasi bertukar dari satu orang ke orang lainnya.

2.2 *Electronic Word of Mouth* (eWOM)

Traditional Word Of Mouth (WOM) Arndt (1967) awalnya didefinisikan sebagai bentuk lisan dari komunikasi interpersonal non-komersial di antara kenalan. *Traditional Word Of Mouth* (WOM) lalu berevolusi menjadi bentuk komunikasi baru, dengan nama *Electronic Word Of Mouth* (eWOM). Sementara itu Hennig-Thurau dkk. (2004) menyatakan *Electronic Word Of Mouth* (eWOM) merupakan pernyataan konsumen yang telah menggunakan produk atau jasa baik positif atau negatif

yang dibuat untuk sebuah perusahaan serta dapat diakses oleh banyak orang dan lembaga-lembaga melalui internet.

Terdapat pula Jansen dkk. (2009) mengatakan bahwa, dalam bertukar informasi *Electronic Word Of Mouth (eWOM)* menawarkan beberapa cara, yaitu dapat dilakukan secara rahasia atau anonim, serta memberikan kebebasan geografis dan temporal. Sementara itu dalam bidang marketing *eWOM* menjadi suatu faktor yang sangat mempengaruhi dalam keputusan pembelian seseorang karena kemudahan dan efisiensi dari berbagai segi, seperti efisiensi tenaga, biaya, prosedur. Fakta bahwa e-WOM sekarang dianggap sebagai faktor yang paling dominan yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Bataneh, 2015). Berdasarkan beberapa definisi sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa *Electronic Word Of Mouth (eWOM)* merupakan salah satu bentuk informasi yang menyampaikan kepada masyarakat luas mengenai pengalaman penggunaan suatu barang atau jasa baik itu bersifat negatif maupun positif dalam bentuk *online*

2.3 Peran Mahasiswa dalam Perilaku Informasi

Menguasai informasi yang berkembang adalah salah satu tuntutan mahasiswa di era milenial ini, dengan kemampuan yang dimilikinya mahasiswa dapat memilah – milah informasi mana saja yang dibutuhkan. Mahasiswa dengan tingkat pendidikannya yang lebih tinggi lebih haus akan informasi, hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan Katz dkk. (1973) orang yang tingkat pendidikannya lebih tinggi lebih banyak mempunyai kebutuhan dibandingkan dengan orang berpendidikan rendah. Sementara itu, Yusup (2004) kebutuhan informasi definisikan sebagai suatu keadaan yang terjadi dimana seseorang merasa ada kekosongan informasi atau pengetahuan sebagai akibat tugas atau sekedar ingin tahu, kekurangan ini perlu dipenuhi dengan informasi sesuai kebutuhannya.

Rasa penasaran akan suatu informasi membuat mahasiswa sudah masuk kedalam tahapan perilaku informasi yang merupakan tindakan seseorang dalam menggunakan informasi. Mulai dari bagaimana proses pemenuhan kebutuhan informasi hingga pada proses menemukan informasi, serta bagaimana mahasiswa tersebut menyeleksi dan mengevaluasi informasi. Bahkan bisa saja seseorang mendapat informasi tersebut dari orang lain lalu tertarik pada informasi yang diberikan sebelum akhirnya disebarluaskan. Menurut Wilson (1999) perilaku informasi (*information behaviour*) merupakan keseluruhan perilaku manusia berkaitan dengan sumber dan saluran informasi, termasuk perilaku pencarian dan penggunaan informasi secara aktif maupun secara pasif. Dari definisi sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa peran mahasiswa dalam perilaku informasi tidak hanya mendapatkan informasi dengan cara penelusuran mandiri, bisa juga dengan komunikasi secara langsung, bahkan keseluruhan perilaku manusia berkaitan dengan sumber dan saluran informasi.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Moleong (2012) Penelitian kualitatif diterjemahkan sebagai metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk tertulis, lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Sementara itu, Bogdan dan Biklen (2007)

menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu deskripsi yang mana data diperoleh dari bentuk kata atau pun gambar, tetapi bukan angka. Metode penelitian kualitatif dirasa paling tepat dan paling sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini karena peneliti ingin menggali lebih dalam mengenai perilaku informasi mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro dalam mencari *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhan. Teknik pengambilan data menggunakan wawancara, observasi, studi literatur dan dokumentasi. Lalu cara yang dilakukan untuk mendapatkan informan yaitu dengan *purposive sampling*. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan dalam beberapa tahapan yaitu, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

4. Hasil dan Pembahasan

Terdapat 5 tema terkait dengan perilaku informasi mahasiswa Ilmu Perpustakaan angkatan 2018 dan 2019 dalam mencari informasi *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhan. Tema tersebut yaitu;

4.1 Cara Mahasiswa Menentukan Smartphone yang Sesuai dengan Kebutuhan

Beberapa mahasiswa menyatakan cara untuk menentukan *smartphone* seperti apa yang sesuai dengan kebutuhannya, dengan melihat dari spesifikasi *smartphone* tersebut. Fokus dalam spesifikasi yang dicari mahasiswa berbeda-beda, terdapat mahasiswa yang berfokus pada kamera, baterai dan kapasitas penyimpanan yang ditawarkan dan berfokus kepada spesifikasi prosesor yang ditawarkan. Berikut beberapa kutipan wawancara dengan mahasiswa.

“Kalau saya biasanya melihat dulu dibagian ram dan internalnya. Karena kebutuhan saya membutuhkan *storage* yang besar untuk menyimpan data-data.”

“Dengan melihat spesifikasi dari *smartphone* tersebut, terutama prosesor yang ditawarkan karena saya suka bermain *game* di *smartphone*.”

Cara mahasiswa dalam menentukan *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhan, yaitu menyesuaikan dengan apa yang sedang dibutuhkan mahasiswa tersebut. Kebutuhan tercipta karena ada keinginan seseorang akan sesuatu, ketika kebutuhan tersebut terpenuhi maka biasanya akan timbul rasa kepuasan. Hal ini diperkuat dengan pendapat McClelland (2009) kebutuhan merupakan sebuah simbol keterkaitan hidup manusia dengan ketenaran dengan lingkungan sekitar, sehingga keadaan ini memiliki nilai kepuasan apabila terpenuhi secara baik, akan tetapi jika tidak terpenuhi rasa kekuangpuasaan menjadi salah satu ungkapan yang ada di dalam hidupnya. Padatnya perkuliahan daring saat ini membuat mahasiswa mau tak mau melakukan segala kegiatannya menggunakan *smartphone* mulai dari mengerjakan tugas kuliah, melakukan pertemuan secara daring hingga bermain *game* membuat mahasiswa tak bisa lepas dari *smartphone*. Hal ini diperkuat dengan pendapat Hutasoit (2014) bahwa *smartphone* saat ini bukan lagi menjadi barang mewah, melainkan sudah menjadi kebutuhan utama di samping sandang, pangan dan papan.

Kebutuhan mahasiswa akan *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhannya pun beragam. Mahasiswa yang sedang membutuhkan *smartphone* dengan daya tahan lama, maka akan berfokus pada spesifikasi baterai yang ditawarkan. Mahasiswa yang sedang membutuhkan hasil foto yang

bagus, berjualan secara daring di sosial media, maka akan membutuhkan *smartphone* yang memiliki keunggulan dalam fitur kameranya. Mahasiswa yang memiliki hobi bermain *game*, maka akan memilih *smartphone* dengan spesifikasi prosesor yang terbaik.

4.2 Media yang digunakan Mahasiswa dalam Mencari Informasi Mengenai Smartphone yang Sesuai dengan Kebutuhan

Beberapa media yang digunakan mahasiswa yaitu platform media digital seperti, Youtube, Instagram dan Blog untuk memenuhi kebutuhan informasinya akan *smartphone*. Mayoritas mahasiswa selalu menonton review *smartphone* yang ada di Youtube karena ingin mengetahui pengalaman sehari-hari dalam menggunakan *smartphone* tersebut. Berikut salah satu kutipan wawancara dengan mahasiswa:

“Saya memilih *review* youtube karena dengan menonton *review* itu saya bisa tau bagaimana pengalaman sehari-hari dalam menggunakan *smartphone* yang sedang di *review*.”

Terdapat pula mahasiswa yang lebih memilih datang langsung ke toko resmi *smartphone*. Berikut salah satu kutipan wawancara dengan mahasiswa:

“Biasanya saya datang ke toko langsung, tidak pernah mas (Tidak pernah mencari informasi *smartphone* di sosial media), soalnya kurang paham tentang spesifikasi barang-barang elektronik, saya kalo cari informasi tentang *smartphone* lebih nanya ke orang atau penjualnya langsung pas di toko.”

Mayoritas mahasiswa menggunakan media sosial karena media sosial memberi kemudahan dalam mencari informasi, dapat diakses kapan pun selain itu, media sosial juga menyajikan informasi *smartphone* dalam berbagai macam bentuk seperti, *website* resmi *smartphone*, *review smartphone*, serta perbandingan spesifikasi *smartphone*. Tindakan mahasiswa ini merupakan salah satu bentuk perilaku informasi yaitu, perilaku pencarian informasi. Hal ini diperkuat dengan pendapat Wilson (1999) perilaku pencarian informasi (*information searching behavior*) merupakan perilaku ditingkat mikro, berupa perilaku mencari yang ditunjuk seseorang ketika berinteraksi dengan sistem informasi.

4.3 Channel Youtube yang Ditonton Mahasiswa Ketika Mencari Informasi Smartphone yang Sesuai dengan Kebutuhan

Seperti informasi yang telah didapatkan sebelumnya, mayoritas mahasiswa yang menggunakan media sosial, Youtube khususnya konten *review smartphone* yang ada di *channel* Youtube GadgetIn dalam memenuhi kebutuhan informasinya akan *smartphone*. Berikut salah satu kutipan wawancara dengan mahasiswa:

“Oh iya, dulu sebelum beli hp emang sering nyari di youtube. Biasa nonton di *channel*nya GadgetIn. Dari aku pribadi ngerasa di *channel* itu mudah di pahami, terus menarik juga. Bahasa yang digunakan juga enak. Ini sih kelebihan dari *public speaking* nya dia (GadgetIn), enak kalo di dengerin.”

GadgetIn sebagai *channel* Youtube yang membuat konten *review smartphone* dipilih karena penjelasan yang *to the point*, dalam artian ketika GadgetIn memberikan *review smartphone* ia menjelaskan dengan bahasa yang singkat padat dan jelas. Bahasa yang digunakan pun ringan, mudah didengar dan dipahami oleh penonton. Selain menjelaskan kelebihan dan kekurangan *smartphone* yang GadgetIn *review*, GadgetIn juga memberikan tampilan video yang enak dipandang. Tidak lupa, konten *review smartphone* yang dibuat GadgetIn tidak dilebih-lebihkan, dalam artian GadgetIn tidak dibayar suatu merek tertentu hanya untuk membicarakan kelebihan dari merek tersebut karena di setiap konten *review smartphone*, GadgetIn selalu memberikan kritik dan saran agar merek *smartphone* tersebut untuk kedepannya menjadi lebih baik. Pada tahap ini mahasiswa telah menemukan satu sumber, yaitu *channel* Youtube Gadgetin (www.youtube.com/c/GadgetIn) ketika mencari informasi *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini diperkuat dengan pendapat Wilson (1999) perilaku penemuan informasi (*information seeking behaviour*) merupakan upaya menemukan dengan tujuan tertentu sebagai akibat dari adanya kebutuhan untuk memenuhi tujuan tertentu, dalam hal ini bisa saja seseorang berinteraksi dengan sistem informasi hastawi (surat kabar, perpustakaan) atau berbasis komputer misalnya (www).

4.4 Cara Mahasiswa Mengetahui Informasi yang Diberikan *Channel* Youtube yang Dipilih Valid

Setiap mahasiswa memiliki cara masing-masing dalam memverifikasi informasi yang didapatkan beberapa jawaban tersebut seperti mengecek kembali ke *website* resmi *smartphone* dan menonton *review* pada beberapa *channel* Youtube. Kebiasaan dalam mengecek informasi ternyata dipengaruhi oleh lingkungan sekitar, yaitu lingkungan Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro dan terdapat pula mata kuliah yang mengajarkannya untuk dapat memverifikasi sebuah informasi. Berikut beberapa kutipan wawancara dengan mahasiswa:

“Di lingkungan Ilmu Perpustakaan sering diingatkan untuk tidak percaya dengan satu sumber saja, takutnya kalau sumber itu palsu. Hal tersebut sering diingatkan jadi secara tidak sadar kalau mencari informasi pasti mencari di banyak sumber.”

“Matkul SJI dan TBI, di matkul tersebut ada tugas praktek menjadi pustakawan referensi yang tugasnya mengenalkan portal jurnal ke pemustaka. Saat tugas praktek tersebut kami juga mencari mahasiswa yang sedang mengerjakan penelitian, skripsi atau artikel ilmiah untuk menawarkan apakah mau dicarikan bahan referensi untuk penelitiannya atau tidak. Kurang lebih ada 3 file referensi yang kami berikan ke pemustaka. Tentunya file itu sudah sesuai dengan apa yang dibutuhkan pemustaka.”

Terdapat berbagai macam cara dalam menentukan informasi *smartphone* yang diberikan *channel* Youtube yang dipilih valid atau tidak, disinilah mata kuliah Temu Balik Informasi dan Sumber dan Jasa Informasi menjadi peran penting, dengan mengikuti mata kuliah tersebut mahasiswa Ilmu Perpustakaan yang menjadi informan dalam penelitian ini dapat menentukan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya, dalam hal ini informasi tersebut adalah informasi mengenai *smartphone*

seperti apa yang sesuai dengan kebutuhannya, serta dapat memverifikasi ulang informasi yang didapatkan dengan cara-cara seperti, mengecek ke laman website resmi *smartphone*, melihat video *review smartphone channel* Youtube lainnya, memperhatikan apakah *channel* Youtube tersebut memberikan kekurangan dan kelebihan *smartphone* pada saat mereview, bertanya kepada orang sekitar yang paham akan perkembangan *smartphone*. Dalam hal ini beberapa informan dapat menggabungkan informasi yang ditemukannya dengan pengetahuan dasar yang telah dimiliki sebelumnya yaitu, memverifikasi informasi. Hal ini diperkuat dengan pendapat Wilson (1999) perilaku penggunaan informasi (*information user behavior*) merupakan tindakan-tindakan fisik maupun mental yang dilakukan seseorang ketika seseorang menggabungkan informasi yang ditemukannya dengan pengetahuan dasar yang telah dimiliki sebelumnya.

4.5 Tindakan yang Dilakukan Mahasiswa Setelah Informasi Mengenai *Smartphone* yang Sesuai dengan Kebutuhan Terpenuhi

Setelah semua informasi mengenai *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhan terpenuhi, mahasiswa akan menentukan tindakan seperti apa yang akan dilakukan, dalam hal ini tidak terdapat jawaban yang salah maupun benar karena setiap mahasiswa mempunyai keperluan serta tujuannya masing-masing dalam proses pemenuhan informasi mengenai *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhannya. Beberapa mahasiswa mengatakan akan membeli langsung *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhannya jika informasi akan *smartphone* tersebut telah terkumpul, ada pula yang lebih memilih untuk menyimpan informasi tersebut untuk dijadikan referensi jika suatu saat ia ingin mengganti *smartphone*-nya, selain itu juga terdapat mahasiswa yang memilih untuk menyebarkan informasi tersebut ke orang lain sebagai saran atau rekomendasi *smartphone* terbaru. Berikut beberapa kutipan wawancara dengan mahasiswa:

“Ya kalau punya uang, langsung saya beli. Seperti bulan lalu saya berencana membeli *smartphone* baru. Sebelum membeli saya mencari cari dulu *smartphone* yang pas dengan kebutuhan saya dan harganya juga terjangkau. Berkali kali saya melihat *review* dari berbagai *channel* youtube, setelah merasa cocok saya langsung pergi ke *smartphone center* dan membelinya.”

“Saya menyimpannya (informasi *smartphone*) kemudian saya menjadikannya patokan untuk mengupdate *smartphone* saya saat ini.

“Tindakan saya adalah ya hanya untuk memenuhi rasa penasaran saja, sehingga sekedar untuk pengetahuan sendiri dan bisa membantu orang lain yang butuh informasi mengenai *smartphone*.”

Beberapa tindakan informan dalam hal ini termasuk ke dalam perilaku informasi, karena terdapat berbagai macam tindakan dalam penggunaan informasi mengenai *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhan seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Hal ini diperkuat dengan pendapat Wilson (1999) perilaku informasi (*information behaviour*) merupakan keseluruhan perilaku manusia

berkaitan dengan sumber dan saluran informasi, termasuk perilaku pencarian dan penggunaan informasi secara aktif maupun secara pasif.

5. Simpulan

Proses dalam menentukan smartphone yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa yaitu menyesuaikan apa yang sedang dibutuhkan ataupun kebiasaan mahasiswa dalam menggunakan smartphone. Mayoritas mahasiswa memerlukan smartphone yang dapat diandalkan untuk melakukan kuliah daring, mencari informasi untuk keperluan tugas kuliah dan dapat digunakan untuk mengakses sosial media. Ketika mencari informasi smartphone yang sesuai kebutuhan mahasiswa lebih memilih serta menonton review smartphone di YouTube, menurut mahasiswa dengan cara itu mahasiswa dapat lebih memahami karena terdapat informasi berbentuk video yang mendetail dalam review tersebut, selain itu dengan menonton review smartphone di YouTube mahasiswa dapat menentukan apakah smartphone yang sedang di-review merupakan smartphone yang sedang mereka cari atau tidak.

Ketika memverifikasi informasi yang telah didapat, mayoritas mahasiswa cenderung untuk mengecek kembali informasi tersebut ke sumber utamanya yaitu website resmi smartphone. Setelah informasi mengenai smartphone yang sesuai dengan kebutuhan mahasiswa terkumpul, mahasiswa memilih untuk menyimpan informasi tersebut untuk dijadikan bahan referensi ketika mahasiswa ingin mengganti smartphone lamanya dengan smartphone baru. Tidak hanya itu, terdapat pula mahasiswa yang membantu orang lain ketika orang tersebut membutuhkan saran smartphone seperti apa yang cocok untuk dirinya.

Daftar Pustaka

- Arndt, J. (1967). Role of Product-Related Conversations in the Diffusion of a New Product. *Journal of Marketing Research*, 4(3), 291. <https://doi.org/10.2307/3149462>
- Bataineh, A. Q. (2015). The Impact of Perceived e-WOM on Purchase Intention: The Mediating Role of Corporate Image. *International Journal of Marketing Studies*, 7(1). <https://doi.org/10.5539/ijms.v7n1p126>
- Bogdan, R., & Biklen, S. (2007). *Qualitative research for education: An introduction to theories and methods*.
- Ellis, D. (1993). Academic Researchers: A Grounded Theory. *Library Quarterly*, 63(4), 469–486.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K.P., Walsh, G., Gremler, D.D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet?
- Hutasoit, I. (2014). Di Indonesia, Smartphone Sudah Menjadi Kebutuhan Utama. Retrieved April 8, 2021, from techno.okezone.com website: <https://techno.okezone.com/read/2014/05/13/57/984293/di-indonesia-smartphone-sudah-menjadi-kebutuhan-utama>

- Jansen, B. J., Zhang, M., Sobel, K., & Chowdury, A. (2009). Twitter power: Tweets as electronic word of mouth. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(11), 2169-2188.
- Katz, E., M. Gurevitch, & H. Haas (1973). *On the use of mass media for important things*. American Sociological Review
- Leckie, G. J., & Pettigrew K. E. (1997) A Model Of The Information Seeking Of Professional. *Library Quarterly*
- McClelland, D. (2009). *Entrepreneur Behavior and Characteristics of Entrepreneurs*. The Achieving Society
- Mitchell, V. W., Walsh, G. & Yamin, M., (2004) Towards a Conceptual Model of Consumer Confusion. *Advances in Consumer Research*. Vol. 32 No 1, pp.143- 150
- Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Tri, H. (2018). Keputusan Pembelian Smartphone Oleh Mahasiswa : Kelompok Acuan Atau Gaya Hidup. *Journal Ilmu Komunikasi*, 30(2), 181–197. Retrieved from <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/download/1708/1188>
- Wilson, T. D. (1999). Models in Information Behaviour Research. *Journal of Documentaation*. 55 (3), 249-270
- Yusup, P. M. (2004). *Teori & Praktik Penelusuran Informasi (information retrieval)*. Jakarta: Prenada Media Group