

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk yang kreatif dalam memenuhi kebutuhannya sehari-hari mulai dari kebutuhan primer, sekunder hingga tersier (sebagai barang mewah). Di dalam menentukan barang apa yang ingin dibeli individu memiliki kriteria untuk menentukannya, seperti harga, kualitas, *brand* merk hingga apakah benar-benar butuh atau hanya sekedar keinginan untuk memiliki (mengoleksi) nya saja. Terlepas dari kriteria yang menyangkut kualitas dan kebutuhan akan suatu barang, tidak jarang keinginan untuk memiliki barang tersebut hanya sebatas dipengaruhi faktor gaya hidup (*Life Style*) yang dijadikan oleh individu untuk melangsungkan kehidupannya sehari-hari ataupun sebagai status sosial didalam masyarakat. Ketertarikan individu terhadap barang merupakan penyebab adanya perilaku konsumsi terhadap suatu barang yang berlebihan dan juga untuk membeli barang tersebut, sehingga menjadikan individu yang konsumtif.

Individu yang konsumtif juga dapat dilihat dari realitas pria teknoseksual yang terjadi pada saat ini, pria teknoseksual adalah pria yang mengerti, mengikuti dan selalu meng-*upgrade* akan hal-hal baru tentang alat-alat/ teknologi komunikasi. Sebutan ini ada setelah adanya sebutan khusus juga bagi pria yaitu Uberseksual, metroseksual dan retroseksual. Sebutan sebelumnya masih tentang sebatas gaya hidup/ *lifestyle* mencakup penampilan atau dapat dikatakan sebutan sebelumnya hanya pengguna namun pada pria teknoseksual selain menggunakan mereka mengerti sistem operasi (Pengoperasian), *hacking* (Hacker) dan lainnya,

hal inilah yang membedakan pria teknoseksual dengan metroseksual, uberseksual dan retroseksual.

Memahami perkembangan teknologi terbaru seiring cepatnya teknologi itu sendiri berubah atau mengalami progres, menjadikan teknoseksual harus mengikuti , mempelajari segala sesuatu terbaru menjadikan sifat adiktif atau kecanduan terhadap teknologi komunikasi. *Brand* merk dalam barang teknologi juga menjadi masalah yang menarik bagi peneliti dimana adanya rasa ingin selalu memiliki *gadget* terbaru bagi pria teknoseksual mengingat semakin canggihnya fitur yang ditawarkan oleh masing-masing *brand* merk oleh para produsen juga adanya *brand* merk yang eksklusif didalam masing-masing inovasinya , Selain itu keinginan masyarakat untuk selalu meng-*upgrade* dirinya akan informasi terbaru secara cepat seperti halnya tercipta masyarakat *Cyber* atau *Cyber Community* (komunitas maya) menjadikan masyarakat yang konsumtif juga memiliki gaya hidup yang tinggi terhadap alat komunikasi yang juga mempengaruhi perilaku pria teknoseksual sebagai konsumen dalam menentukan barang teknologi yang akan dibeli dan keterkaitannya dengan status (nilai) sosial pria teknoseksual di dalam masyarakat. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti tentang realitas pria teknoseksual terhadap tinjauan perilaku konsumen, dengan judul penelitian : “TINJAUAN PERILAKU KONSUMEN PADA GAYA HIDUP PRIA TEKNOSEKSUAL DI KALANGAN MAHASISWA FAKULTAS KEDOKTERAN UNIVERSITAS SUMATERA UTARA”

1.2. Identifikasi Masalah

Dari pemaparan latar belakang di atas penulis mengidentifikasi hal yang ingin diketahui oleh penulis dalam penelitian yang akan dilakukan, sebagai berikut:

1. Realitas sosial pria teknoseksual dalam perilaku konsumtif terhadap teknologi terbaru.
2. Pria teknoseksual dalam tinjauan perilaku konsumen di dalam menentukan barang teknologi yang mereka beli dan gunakan.
3. Gaya hidup teknoseksual, mempengaruhi pola perilaku para individunya terutama dalam mengkonsumsi produk teknologi dan kaitannya terhadap status sosial didalam masyarakat.

1.3. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian yang akan dilakukan yang menjadi batasan masalah oleh peneliti adalah terhadap, Tinjauan Perilaku Konsumen Pada Gaya Hidup Pria Teknoseksual yaitu perilaku konsumen yang konsumtif pada pria teknoseksual dalam memutuskan hingga akhirnya membeli barang teknologi (*gadget*) yang akan (hingga) mereka gunakan. Sehingga adanya pemikiran atau langkah awal yang ingin dilakukan pria teknoseksual sebelum membeli barang teknologi merupakan masalah tersendiri bagi pria teknoseksual hingga memutuskan untuk membeli dan pasca membeli barang tersebut dalam penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari, juga mencakup ke gaya hidup dalam penggunaan barang teknologi tersebut bagi pria teknoseksual. Penentuan jenis barang yang dibeli juga

akan dikaji dalam hal kaitannya dengan status sosial pria teknoseksual didalam masyarakat, sehingga adanya keterkaitan perilaku konsumen pada pria teknoseksual dengan status (nilai) sosial mereka di dalam masyarakat.

Selanjutnya yang dikatakan pria teknoseksual di dalam penelitian yang akan dilakukan adalah pada mahasiswa khususnya kalangan mahasiswa Universitas Sumatera Utara (USU). Penggunaan laptop, komputer tablet dan *smartphone* dengan teknologi tinggi (*Hi-Tech*) lainnya menjadi pandangan yang biasa terlihat. Mahasiswa sibuk mengakses internet untuk sekedar *searching* atau *browsing* untuk keperluan tugas, namun juga kembali bersosial media; Twitter, Facebook, Blogspot, BBM (*Blackberry Messenger*) dan sosial media lainnya. Namun selain berselancar di internet mereka juga mengotak-atik sistem atau saling tukar aplikasi, juga cara *mehacking* (*Hacker*). Sebagai pria teknoseksual yang berstatus mahasiswa merupakan masalah kompleks apabila melihat tinjauan perilaku konsumen, realitas ini sangat memiliki banyak dampak positif namun kita juga harus memahami tingkat kebutuhan konsumsi terhadap alat komunikasi, sehingga tidak tercipta individu konsumtif. Hal positif lainnya setelah pengguna dan mengerti teknologi diharapkan timbul istilah baru yang menciptakan teknologi baru, bukan hanya sekedar penikmat.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana perilaku konsumtif pada pria teknoseksual terhadap teknologi terbaru.
2. Bagaimana tinjauan perilaku konsumen (pria teknoseksual) di dalam menentukan barang teknologi yang akan mereka beli dan gunakan.
3. Bagaimana faktor gaya hidup mempengaruhi pola perilaku para individunya terutama dalam mengkonsumsi produk teknologi dan keterkaitannya dengan status (nilai) sosial pria teknoseksual didalam masyarakat.

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang akan dilakukan antara lain :

1. Untuk mengetahui perilaku konsumtif pada pria teknoseksual terhadap teknologi terbaru.
2. Untuk mengetahui tinjauan perilaku konsumen (pria teknoseksual) di dalam menentukan barang teknologi yang akan mereka beli dan gunakan.
3. Untuk mengetahui faktor gaya hidup mempengaruhi pola perilaku para individunya terutama dalam mengkonsumsi produk teknologi dan keterkaitannya dengan status (nilai) sosial pria teknoseksual di dalam masyarakat.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang dikaji oleh penulis sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui realitas sosial terkini yang terjadi pada masyarakat.
2. Sebagai penelitian lanjutan terhadap realitas sosial gaya hidup teknoseksual dan diharapkan memberikan sumbangsih literatur pada peneliti selanjutnya.
3. Mengetahui pola perilaku konsumen masyarakat akan barang teknologi, juga dalam hal gaya hidup / *Life style* terkhusus pada pria teknoseksual.
4. Memberikan gambaran kepada masyarakat tentang *brand* merk alat komunikasi (*Gadget*) yang banyak digunakan (pada pria teknoseksual).