

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*