

**MOTIF KEPEMILIKAN *SMARTPHONE* PADA  
MAHASISWA PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**Sri Ngayomi Widya Astuti**

**Prodi Bimbingan dan Konseling Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan**

**Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

**E-mail: sringayomi@umsu.ac.id**

**Raudah Zaimah Dalimunthe**

**Prodi Bimbingan dan Konseling Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan**

**Universitas Sultan Ageng Tirtayasa**

**E-mail: raudah@untirta.ac.id**

***Abstract***

*Ownership of a smartphone on students backed by motive rational and emotional. The purpose of research carried out for getting on information about motive ownership of a smartphone on students BK FKIP UMSU. This is considered necessary to motive for having influence a significant impact on decision making behavior the purchase of a product, so that the result of research is expected can have become guidelines for students before do purchases in stores. Methods used in this research is descriptive quantitative with the approach . Meanwhile , the research sample are 172 there person and college students BK FKIP UMSU drawn based on proportional technique random sampling. An instrument that is used is the scale of motive ownership of a smartphone and analyzed by the use of the criteria for assessing which the data reference to the boundaries that put forward by Azwar ( 2012 ). As for the result of the research, a motive rational and emotional ownership of a smartphone in student BK FKIP UMSU are at the level of high.*

***Keywords : Motive, Smartphone***

***Abstrak***

Kepemilikan *smartphone* pada mahasiswa dilatarbelakangi oleh motif rasional dan emosional. Adapun tujuan penelitian dilaksanakan untuk mendapatkan informasi tentang motif kepemilikan *smartphone* pada mahasiswa BK FKIP UMSU. Hal ini dirasa penting sebab motif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengambilan keputusan perilaku pembelian suatu produk, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat menjadi pedoman bagi mahasiswa sebelum melakukan pembelian. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Sementara itu, sampel penelitian ini berjumlah 172 orang mahasiswa BK FKIP UMSU yang ditarik berdasarkan teknik *proportional random sampling*. Instrumen yang digunakan adalah skala motif kepemilikan *smartphone* dan dianalisis dengan menggunakan kriteria penilaian data yang mengacu kepada batasan yang dikemukakan oleh Azwar (2012). Adapun hasil penelitian yaitu, motif rasional dan emosional kepemilikan *smartphone* pada mahasiswa BK FKIP UMSU berada pada kategori tinggi.

***Kata Kunci : Motif, Smartphone***

**PENDAHULUAN**

Telepon pintar atau yang lebih dikenal dengan *smartphone* merupakan transformasi

dari telepon genggam yang sudah dilengkapi berbagai macam fitur canggih seperti surat elektronik,

internet dan kemampuan membaca buku elektronik atau terdapat papan ketik (baik *built-in* maupun eksternal) dan konektor VGA. Departemen Pendidikan Nasional (2008:1426) mengartikan, “*Smartphone* sebagai telepon seluler yang memiliki fungsi-fungsi seperti dalam komputer pribadi, biasanya diberi tambahan fitur tertentu seperti layar sentuh dan akses internet *nirkabel*”.

*Smartphone* awalnya banyak digunakan oleh pengusaha dan eksekutif yang memerlukan akses data untuk memudahkan pekerjaan, namun kini hampir semua kalangan memiliki *smartphone*. Heriyanto (2014) mencatat bahwa Indonesia berada pada peringkat kelima sebagai pengguna *smartphone* terbanyak di dunia. Dalam data tersebut juga tercatat bahwa pengguna aktif *smartphone* di Indonesia sebanyak 47 juta jiwa, atau sekitar 14% dari seluruh total kepemilikan ponsel. Selain itu, berdasarkan hasil sensus juga diketahui bahwa 64% dari 625 orang mahasiswa program studi Bimbingan dan Konseling (BK) Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan (FKIP) Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) merupakan pengguna aktif *smartphone*.

Berdasarkan data tersebut, maka dapat dikatakan bahwa kebutuhan manusia terhadap manfaat yang ditawarkan *smartphone* cenderung tinggi. Namun kebutuhan yang dimaksud dapat berupa

kebutuhan pokok atau hanya untuk memenuhi kebutuhan sosial manusia. Kebutuhan pula yang melatarbelakangi perilaku membeli suatu produk, baik kebutuhan terhadap manfaat yang ditawarkan produk maupun loyalitas produk untuk kehidupan sosial. Kebutuhan yang menjadi latar belakang tersebut disebut juga sebagai motif.

Motif menurut Hasibuan (2007) merupakan daya pendorong seseorang dalam berperilaku untuk memperoleh kepuasan. Perilaku seseorang dipengaruhi serta dirangsang oleh keinginan, kebutuhan, tujuan, dan desakan. Pengambilan keputusan untuk membeli (dalam hal ini memiliki) menurut Dharmmesta dan Handoko (2000) dipengaruhi oleh motif rasional dan emosional.

Salah satu motif rasional memiliki *smartphone* diduga sebab aplikasi-aplikasi *smartphone* tersebut memberikan kemudahan saat beraktivitas. Berdasarkan hasil temuan penelitian Nasution (2017), diketahui bahwa wawancara yang dilakukan oleh Putra dan Paramita (2014) pada 11 orang remaja pengguna *smartphone* bahwa motif remaja memiliki *smartphone* salah satunya adalah karena aplikasi-aplikasi pada *smartphone* memudahkan mereka untuk berbagai aktivitas sehari-hari, seperti untuk berkomunikasi dan mengakses informasi melalui jaringan internet.

Motif tersebut termasuk pada motif rasional. Selain itu, motif rasional juga meliputi kualitas, ukuran, dan harga yang ditawarkan untuk memiliki *smartphone*. Bagi siswa SMA, motif keputusan memiliki *smartphone* sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan siswa untuk mendukung dan meringankan aktivitas belajar, baik di sekolah maupun lingkungan luar sekolah. Berdasarkan hasil temuan penelitian Nasution (2017), diketahui bahwa kepemilikan *smartphone* pada siswa SMA Pembangunan Laboratorium UNP Padang adalah untuk meningkatkan aktivitas belajar baik di kelas atau di luar kelas.

Selanjutnya, keputusan untuk memiliki suatu benda dipengaruhi pula oleh motif emosional, yaitu merupakan daya pendorong yang melibatkan perasaan seseorang meliputi gaya hidup, status ekonomi, harga diri, kebanggaan, dan penerimaan kelompok. Hasil penelitian Juwanto (2012) menunjukkan bahwa 72% siswa SMA Pembangunan Laboratorium UNP Padang menggunakan *smartphone* sebagai gaya hidup. Terkait hasil penelitian Juwanto, siswa dirasa belum layak mengutamakan gaya hidup sebagai alasan untuk memiliki suatu benda. Hal ini dikarenakan sebagian besar kehidupan siswa SMA masih ditanggung sepenuhnya oleh orangtua mereka dan tugas utama siswa adalah belajar.

Pada sekelompok remaja yang membenarkan alasan gaya hidup untuk memiliki suatu benda, maka anggota kelompok yang lain cenderung akan berusaha mengikuti kebenaran kelompok tersebut agar mendapatkan penerimaan. Bagi sebagian remaja yang kenyataannya tidak mampu membeli *smartphone* namun memaksakan diri agar dapat diterima oleh kelompok, dikhawatirkan melakukan tindakan negatif seperti mencuri, menipu, melacurkan diri, bahkan membunuh. Fenomena ini terjadi pada remaja yang melakukan tindakan kriminal akibat ingin tampil trendi dan diterima oleh kelompok teman sebaya. Berita di harian Jawa Pos pada tanggal 5 Februari 2009 memuat seorang remaja di Batam yang harus mendekam di penjara karena membunuh orang lain demi memiliki sebuah *smartphone Blackberry* seperti teman-teman yang lain. Terkait fenomena tersebut, dapat dikatakan bahwa motif emosional memiliki *smartphone* seperti halnya menjadi alasan remaja memunculkan perilaku yang negatif, sehingga dirasa perlu dikaji lebih dalam penyebab atau alasan siswa memiliki *smartphone*.

Oleh karena mayoritas mahasiswa BK FKIP UMSU memiliki *smartphone*, penulis merasa bahwa penting untuk mengetahui motif kepemilikan *smartphone*. Sebab hal ini dapat menjadi pembelajaran bagi mahasiswa itu sendiri maupun mahasiswa lainnya terkait

pedoman dalam pengambilan keputusan. Penelitian ini dapat membantu meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam menentukan pilihan yang baik dan memiliki daya guna yang positif sehingga berdampak baik bagi mahasiswa tersebut. Adapun judul penelitian yang dilaksanakan, “Motif kepemilikan *smartphone* pada mahasiswa BK UMSU”.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk menjelaskan secara akurat dan sistematis mengenai variabel penelitian. Variabel penelitian yang dideskripsikan adalah motif kepemilikan *smartphone*. Populasi penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa program studi BK FKIP UMSU yang diketahui memiliki *smartphone*. Sampel penelitian berjumlah 172 orang mahasiswa yang didapat berdasarkan teknik *proportional random sampling*.

Instrumen yang digunakan adalah skala pengukuran psikologi, yaitu skala model *Likert* dengan 24 pernyataan (12 item pernyataan motif rasional dan 12 item pernyataan motif emosional). Selanjutnya, tingkat capaian responden dapat dideskripsikan dengan mengkonversikan alternatif jawaban pada skala motif kepemilikan *smartphone* (sangat sesuai, sesuai, kurang sesuai, tidak sesuai, sangat tidak sesuai) dengan menggunakan kriteria

penilaian data yang mengacu kepada batasan yang dikemukakan oleh Azwar (2012) seperti pada Tabel 1.

**Tabel 1. Kriteria Penilaian Data Motif Rasional dan Emosional Kepemilikan Smartphone**

Kategorisasi	Rumus Norma
Sangat Tinggi	$\geq 48$
Tinggi	40 s/d < 48
Sedang	32 s/d < 40
Rendah	24 s/d < 32
Sangat Rendah	< 24

## HASIL PENELITIAN

Data penelitian motif kepemilikan *smartphone* diuraikan sesuai data yang telah terkumpul dan diolah. Berdasarkan verifikasi terhadap data penelitian, seluruh data yang diperoleh dari hasil pengadministrasian terhadap mahasiswa BK FKIP UMSU yang layak untuk diolah yaitu sebanyak 172 orang mahasiswa.

Secara keseluruhan jumlah pernyataan pada skala motif kepemilikan *smartphone* adalah sebanyak 24 item. Kriteria pengkategorian skala menggunakan *mean* dan standar deviasi *hypotetic* yang telah dijelaskan sebelumnya dan untuk kriteria skala masing-masing indikator disesuaikan dengan jumlah butir pernyataan yang ada pada masing-masing indikator tersebut. Deskripsi data motif rasional (12 item) dan emosional (12 item) dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Deskripsi Data Motif Rasional dan Emosional Siswa Memiliki Smartphone (n=145)**

Skor	Indikator	
	Motif Rasional (12 item)	Motif Emosional (12 item)
Ideal	60	60
Maks	60	51
Min	38	18
Total	7912	6364
Mean	46	37
SD	3,21	5,32
Keterangan	Tinggi	Tinggi

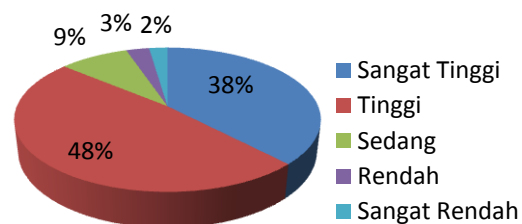
Pada Tabel 2, dapat dilihat bahwa nilai skor rata-rata motif rasional kepemilikan *smartphone* pada mahasiswa adalah 46 dan berada pada kategori tinggi, maka dapat dikatakan bahwa motif atau alasan mahasiswa BK FKIP UMSU memiliki *smartphone* adalah sangat sesuai sebab kegunaan-kegunaan yang ditawarkan oleh *smartphone* tersebut. Sementara itu, nilai skor rata-rata motif emosional siswa memiliki *smartphone* adalah 37 dan berada pada kategori tinggi, maka dapat diartikan bahwa alasan mahasiswa BK FKIP UMSU memiliki *smartphone* juga dikarenakan untuk pemuasan kebutuhan emosi atau perasaan.

Adapun distribusi frekuensi motif rasional dan emosional kepemilikan *smartphone* dapat dilihat pada Tabel 3 dan 4.

**Tabel 3. Distribusi Frekuensi Data Motif Rasional Kepemilikan Smartphone**

Interval Skor	Kategori	F	%
$\geq 48$	Sangat Tinggi	65	38
40 s/d < 48	Tinggi	83	48
32 s/d < 40	Sedang	15	9
24 s/d < 32	Rendah	5	3

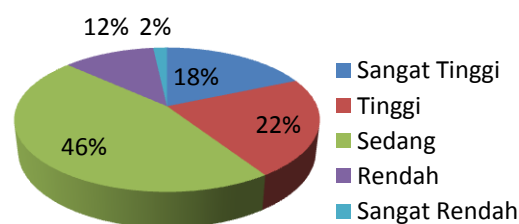
<24	Sangat Rendah	4	2
Jumlah		172	
Rata-rata		46	



**Diagram 1. Tingkat Motif Rasional Kepemilikan Smartphone**

**Tabel 4. Distribusi Frekuensi Data Motif Emosional Kepemilikan Smartphone**

Interval Skor	Kategori	F	%
$\geq 48$	Sangat Tinggi	32	18
40 s/d < 48	Tinggi	38	22
32 s/d < 40	Sedang	79	46
24 s/d < 32	Rendah	20	12
<24	Sangat Rendah	3	2
Jumlah		172	
Rata-rata		37	



**Diagram 2. Tingkat Motif Emosional Kepemilikan Smartphone**

## PEMBAHASAN

Nasution (2017), menyatakan bahwa motif sangat berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam perilaku pembelian atau untuk memiliki suatu benda. Motif merupakan daya penggerak seseorang

berperilaku dalam rangka mencapai tujuan yang diarahkan pada kepuasan. Terkait penelitian ini, motif menurut Mangkunegara (2005) merupakan suatu dorongan kebutuhan dalam diri konsumen yang perlu dipenuhi agar konsumen dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan. Kebutuhan terhadap kegunaan *smartphone* merupakan salah satu motif atau pendorong siswa dalam membuat keputusan untuk memiliki. Kebutuhan yang dimaksud berupa kemudahan-kemudahan yang didapatkan oleh siswa salah satunya untuk mempermudah pelaksanaan proses pembelajaran di sekolah.

Istilah rasional diartikan sebagai pemikiran atau pertimbangan yang logis. Pemikiran rasional cenderung mengarahkan seseorang kepada pembentukan perilaku yang positif. Terkait motif kepemilikan *smartphone*, motif rasional menurut Schiffman dan Kanuk (2004) diasumsikan sebagai bentuk sebab individu memunculkan tingkah laku (dalam hal ini memiliki) setelah mempertimbangkan dan menyadari kegunaan suatu hal terhadap dirinya. Dalam mengambil keputusan, ada baiknya individu terlebih dulu mempertimbangkan hal-hal penting seperti, apakah keputusan tersebut akan memberikan keuntungan bagi dirinya atau hanya akan berdampak buruk bagi individu tersebut. Selain keinginan dan kebutuhan, penting juga bagi individu untuk mempertimbangkan keterbatasan dirinya.

Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa motif rasional mahasiswa BK FFKIP UMSU tinggi. Sehingga dapat diartikan bahwa pengambilan keputusan kepemilikan *smartphone* dilatarbelakangi oleh kebutuhan mahasiswa terhadap manfaat fitur-fitur yang ditawarkan oleh *smartphone* untuk membantu aktivitas sehari-hari mahasiswa.. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Putra dan Paramita (2014) dengan mewawancarai 11 orang remaja pengguna *smartphone*. Putra dan Paramita menjelaskan bahwa motif remaja memiliki *smartphone* salah satunya adalah karena aplikasi-aplikasi pada *smartphone* memudahkan mereka untuk berbagai aktivitas sehari-hari, seperti untuk berkomunikasi dan mengakses informasi melalui jaringan internet.

Sebelum memutuskan untuk memiliki *smartphone*, mahasiswa disarankan untuk terlebih dahulu mengenali keinginan dan kebutuhan diri, lalu kemudian mencari informasi terkait produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

Selanjutnya, motif emosional berkaitan pula dengan perasaan, meliputi gaya hidup, status sosial, pertemanan, harga diri, dan kebanggaan. Menurut Schiffman dan Kanuk (2004), motif emosional merujuk kepada sebab atau alasan individu memiliki sesuatu untuk kebanggaan atau status. Kemudian, Helma (2013) juga mengungkapkan bahwa

emosi dapat digunakan sebagai acuan seseorang untuk membuat keputusan.

Hasil temuan penelitian terkait motif emosional kepemilikan *smartphone* pada mahasiswa BK FKIP UMSU tergolong pada kategori tinggi. Artinya, siswa melibatkan kebutuhan emosi sebagai pendorong untuk memiliki *smartphone*. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Stirillistia (2014) yang berjudul, "Analisis motif pembelian produk *macbeth* pada komunitas *griffon army* Malang". Berdasarkan analisis kualitatif kepada empat orang subjek penelitian yang merupakan anggota komunitas Griffon's Army diketahui bahwa motif pembelian produk *macbeth* cenderung mengarah pada motif emosional. Disimpulkan demikian sebab daya dorong pembelian tidak bersifat faktual (harga, kualitas, dan sebagainya) namun lebih pada perasaan atau emosi saja (kebanggaan, baik kebanggaan akan *prestise* barang mewah, maupun kebanggaan karena memiliki produk yang sama dengan tokoh yang diidolakan).

Motif emosional memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan analisis lebih lanjut, ditemui bahwa setiap item pernyataan mewakili alasan atau motif emosional mahasiswa yang berkategori sedang dan rendah. Bagi sebagian besar mahasiswa BK FKIP UMSU yang sebagian besar belum memiliki penghasilan dan kebutuhan hidupnya masih menjadi tanggungan

orangtua, dirasa belum layak memiliki *smartphone* untuk menunjukkan gaya hidup dan status sosial. Hal ini dikarenakan mahasiswa masih mengemban tugas untuk belajar, sehingga persaingan yang diharapkan diantara mahasiswa adalah persaingan prestasi. Kemudian, apabila motif kepemilikan *smartphone* dilatarbelakangi oleh pemuasan kebutuhan emosional, dikhawatirkan kegunaan atau fungsi *smartphone* tidak pula dapat dimanfaatkan dengan baik dan benar.

Dorongan untuk memiliki *smartphone* sebab ingin diterima dalam pertemanan cenderung berdampak tidak baik bagi siswa. Dikatakan demikian sebab apabila setelah memiliki *smartphone* ternyata ekspektasi yang diharapkan tidak sesuai dengan kenyataan, maka kepuasan yang ingin dicapai setelah memiliki *smartphone* tidak dirasakan siswa, namun yang dirasa adalah kecewa. Oleh sebab itu, disarankan bagi mahasiswa agar mempertimbangkan kualitas dan efektifitas benda atau produk yang ingin dimiliki tanpa campur tangan perasaan.

## **KESIMPULAN**

Motif rasional dan emosional kepemilikan *smartphone* mahasiswa BK FKIP UNP berada pada kategori tinggi. Sehingga dapat diartikan bahwa hal yang melatarbelakangi kepemilikan *smartphone* mahasiswa adalah kebutuhan terhadap manfaat fitur-fitur *smartphone* dan

kebutuhan mahasiswa terhadap efek kepemilikan *smartphone* di lingkungan sosial.

## REKOMENDASI

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pemikiran bagi mahasiswa dan konsumen lainnya, agar mengenali diri sendiri termasuk kebutuhan dan keinginan. Hal ini dirasa penting sebab, diharapkan mahasiswa dapat mengutamakan alasan atau motif rasional dibandingkan emosional. Sehingga suatu keputusan dapat berdampak positif bagi diri sendiri maupun orang sekitar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. 2012. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Dharmmesta, B.S. dan Handoko, T.H. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis perilaku konsumen*. Yogyakarta: BPF.
- Hasibuan, S.P. 2007. *Organisasi dan Motivasi: Dasar peningkatan produktivitas*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Helma. 2013. "Model Pengembangan Kecerdasan Emosional Karyawan dengan Pendekatan Konseling Perkembangan (Studi Pengembangan Kecerdasan Emosional Karyawan PT Semen Padang)". *Disertasi*. Bandung: Program Pascasarjana UPI.
- Heriyanto, T. 2014. Indonesia Masuk 5 Besar Negara Pengguna *Smartphone*. *DetikINET*, (<http://inet.detik.com/read/2014/02/03/171002/2485920/317/indonesia-masuk-5-besar-negara-pengguna-smartphone>, diakses 15 Agustus 2015).
- Jawa Pos. 2009, 5 Februari. *Mencegah Kriminalitas Remaja*. Hlm.4
- Juwanto. 2012. "Penggunaan *Handphone* oleh Siswa dan Peran Guru Bimbingan dan Konseling di SMA Pembangunan Kota Padang". *Tesis*. Padang: Program Pascasarjana Universitas Negeri Padang.
- Mangkunegara, A.P. 2005. *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Nasution, J.A. 2017. "Motif Siswa Memiliki *Smartphone* dan Penggunaannya". *Jurnal*. 15-29
- Putra, M.D. dan Paramita, E.L. 2014. "Perilaku Konsumen Remaja Usia 15-18 Tahun dalam Upaya Membentuk Loyalitas Merek". *Jurnal*, 1-43.
- Schiffman, L.G. dan Kanuk, L.L. 2004. *Consumer Behavior* (8<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice Hall.
- Stirillistia, R. 2014. "Analisis Motif Pembelian Produk *Macbeth* pada Komunitas *Griffon Army* Malang". *Jurnal*. Malang: Universitas Brawijaya Malang.