

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelompokan siswa SMA kota Bandung dalam memilih program studi Ilmu Komunikasi berdasarkan gaya hidup serta media periklanan yang digunakan sebagai saluran promosi atau penyampaian informasi. Variabel yang digunakan adalah variabel gaya hidup *Activity, Interest, Opinion* (AIO) dan variabel *conjoint* pada penelitian sebelumnya oleh Ardhinata Surya tahun 2013. Populasi dalam penelitian adalah siswa SMA kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Teknik *sampling* dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dan untuk analisis pengelompokan menggunakan *Two Step Cluster*.

Hasil pengelompokan menunjukkan bahwa siswa SMA kota Bandung terbagi menjadi 3 cluster, yaitu *PARENTING STUDENTS* (46,3%), *SOCIALITY STUDENTS* (34,0%), *INDIVIDUALIST STUDENTS* (19,8%). *Parenting students* menggambarkan siswa yang cukup antusias terhadap Ilmu Komunikasi dan mereka sangat dipengaruhi oleh keluarga dalam mengambil keputusan memilih jurusan perguruan tinggi. *Sociality Students* menggambarkan siswa yang sangat antusias dengan Ilmu Komunikasi dan mereka merupakan siswa yang aktif mengikuti kegiatan sosial dan senang bergaul. *Individualist students* menggambarkan siswa yang lebih senang menyendiri dan tidak senang berbaur bersama teman-temannya dan mereka adalah siswa yang tidak antusias dengan Ilmu Komunikasi. Karakteristik ketiga cluster dalam penggunaan media memberikan kesimpulan bahwa internet mampu menarik perhatian siswa SMA kota Bandung dalam pencarian informasi Ilmu Komunikasi ataupun sebagai tempat hiburan meskipun media lainnya seperti televisi, radio, dan brosur masih digunakan.

Kata kunci : Ilmu Komunikasi, Pengelompokan, *Two Step Cluster*, Media

## ABSTRACT

This study aims to determine the categorizing of Senior High School students in Bandung in choosing Communication Science major to learn in college based on lifestyle and advertising media that are used as promotion channels or to transfer informations. The variables used in this study are Activity, Interest, Opinion (AIO) variable and conjoint variable in previous research done by Ardhinata Surya in 2013. Population of this research is Senior High School students in Bandung. The used method is descriptive method and used sampling technique in this study is non-probability sampling technique and to categorizing analysis use Two Step Cluster method.

The categorizing results show that Senior High School students in Bandung are divided into 3 clusters which are PARENTING STUDENTS (46.3%), SOCIALITY STUDENTS (34.0%), INDIVIDUALIST STUDENTS (19.8%). Parenting students category describes students who are enthusiastic to take Communication Sciences major in college and they are very influenced by the family in making the decision to choose college major. Sociality Students category describes students who are very enthusiastic about Communication Sciences major and they actively participate in social activities and love to hang out with their friends. Individualist students category describes students who prefer solitude and do not like to mingle with their friends and they are the students who are not enthusiastic in Communication Sciences major. The characteristics of those clusters in the using of media conclude that Internet is able to attract senior high school students' attention in Bandung in searching informations about Communication Sciences or as entertainment although other medias such as television, radio, and flyers are still used.

Keyword : Communication Science, Grouping, Two step Cluster, Media.