

**FENOMENA HIDUP PENGGUNA BLACKBERRY SMARTPHONE  
(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF TERHADAP SISWA SMA  
SWASTA SULTAN ISKANDAR MUDA MEDAN)**

**SKRIPSI**

**IVAN NOBORI SEBAYANG**

**08.853.0044**

**ILMU KOMUNIKASI**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2014**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area  
Access From (repository.uma.ac.id) 21/8/24

**FENOMENA HIDUP PENGGUNA BLACKBERRY SMARTPHONE  
(STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF TERHADAP SISWA SMA  
SWASTA SULTAN ISKANDAR MUDA MEDAN)**

**SKRIPSI**

Oleh :

**IVAN NOBORI SEBAYANG**

**08.853.0044**

**ILMU KOMUNIKASI**

**Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana di**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

**Universitas Medan Area**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2014**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 21/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id) 21/8/24

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada **Tuhan Yang Maha Esa** atas berkah dan anugerah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan proposal penelitian ini yang berjudul “Fenomena Hidup Pengguna Blackberry Smartphone (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Siswa Sma Swasta Sultan Iskandar Muda Medan)”

Adapun tujuan akhir dari penulisan proposal ini adalah untuk mengetahui gaya hidup dari pengguna BlackBerry Smartphone yang sudah merambah kesemua kalangan, terkhusus siswa-siswi yang bersekolah di Sma Swasta Sultan Iskandar Muda Medan. Dalam penyusunan proposal ini saya menemukan berbagai masalah, namun berkat Tuhan Yang Maha Esa dan dukungan berbagai pihak, saya mampu membuat masalah itu menjadi batu loncatan kearah yang lebih baik.

Dan tidak lupa saya mengucapkan terima kasih yang terkhusus kepada **Kedua orang Tua Saya (Joseph Gurint Sebayang dan Ogi Karolina Purba)** serta **abang (Yoshio Tama Sebayang)** dan **adik (Realdo Rezkynta Sebayang)** saya tercinta atas doa, dukungan serta semangat yang tidak pernah pudar yang selalu diberikan kepada saya dalam penyusunan proposal ini.

Pada kesempatan ini juga penulis mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. **Bapak Drs. Yan Hendra, Msi**
2. **Ibu Rehia K, Isabella Barus,S.sos, MSP**

Selaku dosen pembimbing saya, atas arahan, bantuan dan bimbingannya selama saya menulis skripsi ini. Semoga Bapak/Ibu

beserta Keluarga selalu di beri kelimpahan berkat dan rahmat oleh  
Tuhan Yang Maha Esa. Amin

3. **Ibu Dra. Effiati Juliana Hasibuan, MSi**
4. **Bapak Drs. Novri, MM**

Selaku Ketua dan Sekretaris Kepanitiaan ujian Skripsi/Meja hijau,  
yang bersedia meluangkan waktunya untuk saya. Untuk kesalahan dan  
kekurangan saya, saya mohon maaf sebesar-besarnya.

5. Untuk Dosen-dosen dan Staf biro fakultas Ilmu Sosial dan Politik atas  
segala bantuan dan arahan yang tulus kepada saya.
6. Kepada Sahabat-sahabat saya sejak SMA dimanapun kalian berada,  
Daniel, Bani, Ari, Imo, Jeksen, Ecus, Pathe, Gessy dan Tommy Julius  
Untu yang sudah berada di surga mendahului kami.
7. SMA Swasta Sultan Iskandar Muda
8. Dan untuk segenap orang yang ada di hidup saya yang tidak bias  
dituliskan namanya satu persatu

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kesempurnaan,  
untuk kesempurnaan proposal ini peneliti mengharapkan tanggapan dan masukan  
yang positif dari pembaca untuk kesempurnaan proposal ini. Semoga proposal ini  
bermanfaat bagi kita semua.

Medan, Juni 2014  
Penulis

**(Ivan Nobori Sebayang)**



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah .....	4
C. Pembatasan Masalah .....	4
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
E. Kerangka Pemikiran.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
A. Komunikasi.....	7
B. Tujuan Komunikasi.....	10
C. Kontek-konteks Komunikasi .....	11
D. Fungsi Komunikasi .....	11
E. Proses Komunikasi.....	14
F. Tinjauan Mengenai Komunikasi Antar Pribadi.....	15
G. Tinjauan Mengenai Gaya Hidup.....	19
H. Tinjauan mengenai Fenomologi .....	20

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
A. Metodologi Penelitian .....	28
B. Studi Penelitian .....	29
C. Informan Penelitian .....	29
D. Konsep dan Definisi Operasional .....	30
E. Teknik Pengumpulan Data .....	31
F. Teknik Analisis Data .....	33
G. Uji Keabsahan Data .....	33
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>34</b>
A. Profil SMA Swasta Sultan Iskandar Muda.....	34
B. Data Penelitian.....	37
C. Pembahasan Penelitian.....	38
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>73</b>
A. Simpulan.....	73
B. Saran.....	74
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Fenomena Hidup Pengguna Blackberry Smartphone (Studi Deskriptif Kualitatif terhadap Siswa Sma Swasta Sultan Iskandar Muda Medan). Adapun Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak gaya hidup dari para pengguna Blackberry Smartphone yang sudah merambah kesemua kalangan terkhusus bagi Siswa-siswi yang bersekolah di Sma Swasta Sultan Iskandar Muda Medan.

Metode yang digunakan di dalam penelitian ini adalah deskriptif-kualitatif, yang berfokus pada penggambaran menyeluruh tentang bentuk, fungsi dan makna ungkapan larangan, dengan kata lain penelitian yang menggunakan metode kualitatif ini menggunakan data lisan dan melibatkan hanya beberapa informan.

Informan dalam penelitian ini adalah siswa Sma Swasta Sultan Iskandar Muda medan yang duduk di kelas X sebanyak 5 orang informan. Mereka yang dijadikan sebagai informan pada penelitian ini adalah berdasarkan pertimbangan bahwa mereka telah mewakili seluruh siswa Sma Sultan Iskandar Muda Medan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari lima orang informan yang sudah diwawancarai, terdapat kelebihan dan kekurangan atas penggunaan Blackberry di kalangan siswa-siswi. Salah satu kelebihan yang saya dapatkan dari hasil wawancara ialah mempermudah interaksi dan bersosialisasi serta mempermudah mendapatkan informasi apapun dari dunia maya. Salah satu Kekurangan dari penggunaan Blackberry ialah informasi yang bisa didapat sangat tidak terbatas sehingga membutuhkan pengendalian diri agar tidak terjerumus ke informasi-informasi yang menyimpang dan juga keterikatan pada Blackberry smartphone

yang berlebihan bisa membuat individu melupakan segalanya dan sibuk sendiri dengan dunianya.



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

*Life Style* memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Gaya hidup merupakan ciri sebuah Negara modern, atau yang biasa juga disebut modernitas. Maksudnya adalah siapa pun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup adalah bagian dari kehidupan sosial sehari-hari dunia modern, gaya hidup berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh mereka yang hidup dalam masyarakat modern, terutama dalam penggunaan alat komunikasi.

Teknologi komunikasi merupakan sesuatu yang dapat dipakai untuk mengurangi ketidakpastian dalam hubungan timbal balik, demi untuk mencapai hasil yang di inginkan, selain itu teknologi komunikasi dapat membuka jendela dalam membuat kita mengetahui berbagai macam peristiwa yang sesungguhnya kita tidak mengalaminya secara langsung (Roger, 2006).

Pada tahun-tahun belakangan ini kebutuhan manusia untuk saling berkomunikasi semakin berkembang pesat. Perkembangan ini disebabkan oleh kian bertambah ruwetnya berbagai masalah yang harus dihadapi dan diselesaikan dalam waktu cepat dan singkat. Atau mungkin juga disebabkan makin hebatnya saling bergantung sesama manusia yang satu dengan manusia yang lainnya dalam melengkapi keperluan hidup mereka sehari-hari

terutama dalam penggunaan *Smartphone*.

Definisi *Smartphone* atau telepon pintar adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, terkadang dengan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan definisi telepon pintar Bagi beberapa orang, telepon pintar merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh piranti lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi.

Dengan kata lain, telepon pintar merupakan komputer mini yang mempunyai kapabilitas sebuah telepon sebagai salah satu alat komunikasi canggih terutama dengan munculnya teknologi komunikasi baru yang diberi nama *Blackberry*. *Blackberry* diperkenalkan pertama kali pada tahun 1997 oleh salah satu perusahaan Kanada, *Research In Motion* (RIM). Didirikan oleh *Mike Lazaridis*, seorang imigran Yunani di kota *Warteloo*, Kanada. Pertumbuhan pengguna *BlackBerry* di Indonesia begitu pesat. Buktinya selama 2007-2008 pengguna *BlackBerry* naik hingga 454 %. Hal itu diungkapkan oleh *Gregory Wade*, *Regional Vice President*, *Research In Motion Asia Pacific*. Angka itu juga mengalami peningkatan dari pertumbuhan tahun sebelumnya yang mencapai 366 persen.

Selain dapat digunakan untuk telepon dan sms singkat layaknya telepon biasa, fasilitas dan kemudahan yang terdapat di dalam *Blackberry* inilah yang membedakannya dengan telepon selular biasa. *Blackberry Messenger* atau lebih di kenal sebagai *Blackberry Messenger*, ini merupakan salah satu fasilitas yang membuat *Blackberry* memiliki daya tarik yang cukup tinggi, *Blackberry Messenger* ini merupakan fasilitas *Chatting* atau fasilitas

percakapan singkat yang disediakan *Blackberry*.

Dengan fasilitas *Blackberry messenger* ini maka pengguna dapat mengirimkan pesan singkat, mengirim gambar, data melakukan percakapan secara berkelompok atau *conference*, mengirimkan pesan suara maupun mengirim lokasi dimana kita berada. Fasilitas lain misalnya: fasilitas *Push E-mail* (mengirim pesan elektronik dengan jaringan *internet*), *Browsing*, hiburan seperti pemutaran musik, maupun video kamera dan juga kemampuan penyimpanan data yang hampir mirip seperti yang terdapat dalam komputer.

Jika awalnya kebanyakan pengguna *Blackberry* adalah karyawan perusahaan swasta atau para eksekutif muda dan wanita karir hingga pejabat, kini wacana itu sudah bisa kita buang jauh-jauh. Palsunya, para pengguna *Blackberry* saat ini udah jauh meluas sampai ke kalangan mahasiswa dan tak sedikit juga pelajar SLTA. Sebuah perangkat selular yang memiliki kemampuan layanan *Push e-mail*, telepon, sms, *Browsing internet* dan berbagai kemampuan nirkabel lainnya memang begitu fenomenal belakangan ini, bukan sebagai alat berkomunikasi saja tapi kebutuhan *Fashion*.

Gaya hidup masyarakat di kota-kota besar kini ditandai dari penggunaan ponsel *Blackberry* di setiap aktivitasnya. Banyaknya *Public Figur* dan selebritis yang menenteng *Blackberry* menjadikan ponsel besutan perusahaan asal Kanada, *Research In Motion (RIM)*, ini berubah menjadi barang yang paling diminati saat ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang “**Fenomena Gaya Hidup Penggunaan *Blackberry Smartphone* di Kalangan Siswa SMA Swasta Sultan Iskandar Muda Medan**”.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana pola-pola tindakan penggunaan *Blackberry Smartphone* di kalangan Siswa SMA Sultan Iskandar Muda Medan?
2. Bagaimana gaya hidup penggunaan *Blackberry Smartphone* di kalangan Siswa SMA Sultan Iskandar Muda Medan?

## **C. Pembatasan Masalah**

Agar ruang lingkup masalah dalam penelitian ini tidak terlalu luas, maka penulis memberikan batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini hanya membahas seputar gaya hidup pengguna *Blackberry Smartphone* di kalangan Siswa SMA Sultan Iskandar Muda Medan.
2. Penelitian dilakukan bulan Pebruari 2013.

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui bagaimana pola-pola tindakan penggunaan *Blackberry Smartphone* di kalangan Siswa SMA Sultan Iskandar Muda Medan.
- b. Untuk mengetahui bagaimana gaya hidup penggunaan *Blackberry Smartphone* di kalangan Siswa SMA Sultan Iskandar Muda Medan.

## 2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

### a. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam Bidang Ilmu Komunikasi khususnya dalam perkembangan teknologi komunikasi.

### b. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan *Literature* dan acuan bagi siswa yang akan melakukan penelitian selanjutnya khususnya mengenai perkembangan telekomunikasi.

### c. Bagi Masyarakat

Diharapkan penelitian dapat memberikan wawasan bagi masyarakat tentang gambaran gaya hidup penggunaan *Blackberry Smartphone* di kalangan siswa kota Medan.

## E. Kerangka Pemikiran

Ponsel pintar yang awalnya ditujukan bagi pelanggan korporat ini, kini telah berubah menjadi perangkat yang dapat memuaskan ketergantungan kaum muda terhadap fitur pesan pendek dan pesan instan (*Instant Messaging*). *Blackberry* kini menjadi begitu populer di sekolah-sekolah. *Blackberry* begitu diandrungi karena kelebihan tombol *Qwerty* dan *Filter Messanging* yang mengakomodasi para remaja menyalurkan kerajinan mereka terhadap pesan *instant* pesan pendek (SMS).

Kecanggihan *Handphone Blackberry* ini membuat siswa tidak fokus dengan kegiatan yang seharusnya mereka kerjakan. Daya tarik dari *Handphone* ini membuat konsentrasi terpecah belah. Fitur yang menarik dan layanan yang lainnya membuat orang yang menggunakannya betah hingga ber jam-jam menggenggam *Handphone Blackberry* ini. Banyak hal negatif dan positifnya bagi kita semua dengan memiliki *Handphone* ini.

Kebanyakan dari pengguna *BlackBerry* seperti siswa menggunakan *BlackBerry* yang dimilikinya hanya untuk mengakses *Facebook* dan *Twitter*. Padahal, kegunaan dan fungsi dari *BlackBerry*, jauh lebih luas ketimbang hanya untuk mengakses situs jejaring sosial saja. Dengan layanan *Internet* 24 jam, perangkat *Blackberry* akan bergetar atau berdering setiap saat, ketika ada *E-mail* dan pesan singkat masuk. Dan setiap saat pula, pengguna akan memainkan *Blackberry*-nya, termasuk ketika sudah berada di tempat tidur. Tak jarang pula, pengguna begitu sensitif dengan getar *Blackberry*, sehingga mudah terbangun dari tidur untuk membuka pesan yang masuk. Kebiasaan menyanding *Blackberry* di tempat tidur inilah yang akhirnya membuat tidur tak berkualitas. Dampak selanjutnya, tentu menyerang kesehatan. Bukan rahasia lagi bahwa rendahnya kualitas tidur berdampak negatif pada kesehatan fisik dan mental.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Pengertian Ilmu Komunikasi

“Kata komunikasi atau *Communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *Communis* yang berarti “sama”. *Communico*, *Communicatio*, atau *Communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama” (Mulyana, 2004).

Menurut Effendy (2004:5) “komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahukan atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung”.

Berdasarkan pengertian komunikasi di atas, menunjukkan bahwa komunikasi itu meliputi proses penyampaian pesan, pembentukan kepercayaan, sikap, pendapat tingkah laku public. Laswell dalam Effendy (2004:7) menyebutkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu yaitu :

- 1) Komunikator
- 2) Pesan
- 3) Media
- 4) Komunikan



## 5) Efek

Berdasarkan unsur komunikasi di atas maka komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

Effendy (2004:30) menyatakan bahwa secara *Etimologis*, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin "*communication*". Istilah ini bersumber dari perkataan "*communis*" yang berarti sama; sama di sini maksudnya sama makna atau sama arti. Komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai paduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan, imbauan dan sebagainya yang dilakukan seseorang kepada orang lain secara tatap muka maupun tidak langsung melalui media, dengan tujuan untuk mengubah sikap, pandangan, ataupun perilaku. Effendy (2004:60).

Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia. Yang dinyatakan itu adalah pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya.

Dalam proses komunikasi paling sedikit terdapat tiga unsur pokok, yaitu si penyampai pesan (komunikator), pesan (*message*), dan si penerima pesan (komunikan). Proses komunikasi pada dasarnya dapat dibagi menjadi dua tahap, sebagaimana dinyatakan oleh Effendy (2004:11) yaitu; 1) Proses komunikasi secara *primer*, yaitu proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang sebagai media. Lambang sebagai media dalam proses komunikasi adalah bahasa, kiat, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menterjemahkan pikiran dan perasaan

komunikator kepada komunikannya, 2) proses komunikasi secara sekunder, yakni merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Komunikator dalam hal ini menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau berjumlah banyak.

Ditinjau dari sifatnya lebih lanjut Effendy (2004:53) menyatakan komunikasi diklasifikasikan sebagai berikut:

- a. Komunikasi verbal (*verbal communication*)
  - 1) Komunikasi lisan (*oral communication*)
  - 2) Komunikasi tulisan (*written communication*)
- b. Komunikasi nirverbal (*nonverbal communication*)
  - 1) Komunikasi kiat (*gestural body communication*)
  - 2) Komunikasi gambar (*pictorial communication*)
- c. Komunikasi tatap muka (*face-to-face communication*)
- d. Komunikasi bermedia (*mediated communication*)

Menurut Effendy (1999: 55) tujuan komunikasi yaitu : 1) Mengubah sikap, 2) mengubah opini/pendapat/pandangan (*to change the opinion*), 3) mengubah masyarakat (*to change the society*). Sementara itu fungsi dari komunikasi itu sendiri menurut Effendy (1999:55) adalah : 1) Menginformasikan (*to inform*), 2) Mendidik (*to educate*), 3) Menghibur (*to entertain*), 4) Mempengaruhi (*to influence*).

## **B. Tujuan Komunikasi**

Dalam menyampaikan informasi dan mencari informasi, agar apa yang kita sampaikan dapat dimengerti sehingga komunikasi yang kita laksanakan dapat tercapai, pada umumnya komunikasi dapat mempunyai beberapa tujuan antara lain:

- a. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.
- b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka menginginkan arah ke barat tapi kita memberi jalur ke timur.
- c. Menggerakkan orang untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan disini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara yang terbaik.
- d. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti sebagai pejabat ataupun komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan". (Effendy, 2006).

Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan, dan tindakan. Setiap hari kita bermaksud mengadakan komunikasi maka kita perlu meneliti apa tujuan kita tersebut:

- a. Apakah kita ingin orang mengerjakan sesuatu atau supaya mereka mau bertindak.

- b. Apakah kita ingin menjelaskan sesuatu pada orang lain.
- c. Apakah kita ingin orang lain menerima dan mendukung gagasan kita.

### **C. Konteks-Konteks komunikasi**

Komunikasi tidak berlangsung dalam suatu ruang hampa sosial, melainkan dalam suatu konteks atau situasi tertentu. Secara luas konteks komunikasi di sini berarti semua faktor di luar orang-orang yang berkomunikasi, yakni terdiri dari:

- a. Aspek bersifat fisik, seperti iklim, cuaca, suhu udara, bentuk ruangan, warna dinding, penataan tempat duduk, dan alat yang tersedia untuk menyampaikan pesan.
- b. Aspek psikologis, seperti : sikap dan emosi para peserta komunikasi.
- c. Aspek sosial, seperti: norma, nilai serta budaya.
- d. Aspek waktu, yakni waktu berkomunikasi.

Konteks komunikasi antara lain:

- a. Komunikasi Antar personal
- b. Komunikasi Kelompok
- c. Komunikasi Organisasi, dan
- d. Komunikasi Massa (Mulyana, 2004)

### **D. Fungsi komunikasi**

*William I. Gordon* yang dikutip oleh Mulyana (2005) mengkategorikan fungsi komunikasi menjadi empat, yaitu:

- a. Sebagai komunikasi sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan

bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

**b. Sebagai komunikasi ekspresif**

Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui pesan-pesan *nonverbal*. Perasaan sayang, peduli, rindu, simpati, gembira, sedih, takut, prihatin, marah dan benci dapat disampaikan lewat kata-kata, namun bisa disampaikan secara lebih ekspresif lewat perilaku *nonverbal*.

**c. Sebagai komunikasi ritual**

Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup, yang disebut para antropolog sebagai *rites of passage*, mulai dari upacara kelahiran, sunatan, ulang tahun, pertunangan, siraman, pernikahan, dan lain-lain. Dalam acara-acara itu orang mengucapkan kata-kata atau perilaku-perilaku tertentu yang bersifat simbolik. Ritus-ritus lain seperti berdoa (salat, sembahyang, misa), membaca kitab suci, naik haji, upacara bendera (termasuk menyanyikan lagu kebangsaan), upacara wisuda, perayaan lebaran (idul fitri) atau Natal, juga adalah komunikasi ritual. Mereka yang berpartisipasi dalam bentuk komunikasi ritual tersebut menegaskan kembali komitmen mereka kepada tradisi keluarga, suku, bangsa, negara, ideologi, atau agama mereka.

**d. Sebagai komunikasi instrumental**

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, menggerakkan

tindakan, dan juga menghibur. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang. Tujuan jangka pendek misalnya untuk memperoleh pujian, menumbuhkan kesan yang baik, memperoleh simpati, empati, keuntungan material, ekonomi, dan politik, yang antara lain dapat diraih dengan pengelolaan kesan (*impression management*), yakni taktik-taktik *verbal* dan *nonverbal*, seperti berbicara sopan, mengobral janji, mengenakan pakaian necis, dan sebagainya yang pada dasarnya untuk menunjukkan kepada orang lain siapa diri kita seperti yang kita inginkan.

Sementara itu, tujuan jangka panjang dapat diraih lewat keahlian komunikasi, misalnya keahlian berpidato, berunding, berbahasa asing ataupun keahlian menulis. Kedua tujuan itu (jangka pendek dan panjang) tentu saja saling berkaitan dalam arti bahwa pengelolaan kesan itu secara kumulatif dapat digunakan untuk mencapai tujuan jangka panjang berupa keberhasilan dalam karier, misalnya untuk memperoleh jabatan, kekuasaan, penghormatan sosial, dan kekayaan.

Berkenaan dengan fungsi komunikasi ini, terdapat beberapa pendapat dari para ilmuwan yang bila dicermati saling melengkapi. Misal pendapat Onong Effendy (2006), ia berpendapat fungsi komunikasi adalah menyampaikan informasi, mendidik, menghibur, dan mempengaruhi. Sedangkan *Harold D Lasswell* dalam Effendy (2006) memaparkan fungsi komunikasi sebagai berikut:

- a. Penjagaan/pengawasan lingkungan (*surveillance of the information*) yakni penyingkapan ancaman dan kesempatan yang mempengaruhi nilai masyarakat.

- b. Menghubungkan bagian-bagian yang terpisah dari masyarakat untuk menanggapi lingkungannya.
- c. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya.

## E. Proses Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, Proses komunikasi pada intinya terbagi menjadi dua tahap, yakni secara *primer* dan secara *sekunder*.

- a. Proses komunikasi secara *primer* adalah proses penyampaian pesan dan atau perasaan kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang atau *symbol* berupa bahasa, kial, syarat, gambar, warna dan sebagainya secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran, perasaan komunikator kepada komunikan.
- b. Proses komunikasi secara *sekunder* adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua, setelah memakai lambang sebagai media pertama (Effendy, 2006).

Proses komunikasi secara *primer*, pikiran dan perasaan seseorang baru akan diketahui oleh dan akan ada dampaknya kepada orang lain apabila ditransmisikan dengan menggunakan media *primer* tersebut yaitu lambang-lambang. Dengan demikian, pesan (*message*) yang disampaikan komunikator kepada komunikan terdiri dari isi (*content*) dan lambang-lambang (*symbol*).

Media *primer* atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, karena hanya yang mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, apakah itu berbentuk ide, informasi atau opini.

Selain bahasa, gambar juga banyak digunakan dalam berkomunikasi, karena gambar melebihi kias, syarat dan warna dalam hal “menerjemahkan” lambang-lambang tersebut sering dipadukan penggunaannya.

Proses komunikasi *sekunder* merupakan sambungan dari komunikasi *primer* untuk menembus dimensi ruang dan waktu. Maka dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator harus memperhitungkan cirri-ciri sifat media yang digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan perlu didasari pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju.

Menurut Effendy, pada proses komunikasi secara sekunder, media yang dipergunakan dapat diklasifikasikan sebagai berikut

- a. Media Massa (mass media), yakni tertuju kepada sejumlah orang yang relatif amat banyak.
- b. Media Nir-Massa atau Media Massa, yakni tertuju kepada satu orang atau sejumlah orang yang relatif sedikit (Effendy, 2006).

## **F. Tinjauan Mengenai Komunikasi Antar Pribadi**

### **1. Pengertian Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara individu-individu (Littlejohn, 1999). Bentuk khusus dari komunikasi antar pribadi ini adalah komunikasi diadik yang melibatkan hanya dua orang secara tatap-muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara *verbal* ataupun *nonverbal*, seperti

suami-isteri, dua sejawat, dua sahabat dekat, seorang guru dengan seorang muridnya, dan sebagainya.

*Steward L. Tubbs* dan *Sylvia Moss* (dalam *Deddy Mulyana*, 2005) mengatakan ciri-ciri komunikasi diadik adalah: Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat; peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara *verbal* maupun *nonverbal*.

Komunikasi antar pribadi sangat potensial untuk menjalankan fungsi *instrumental* sebagai alat untuk mempengaruhi atau membujuk orang lain, karena kita dapat menggunakan kelima alat indera kita untuk mempertinggi daya bujuk pesan yang kita komunikasikan kepada komunikan kita. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan penting hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi. Kenyataannya komunikasi tatap-muka ini membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya, berbeda dengan komunikasi lewat media massa seperti surat kabar, televisi, ataupun lewat teknologi tercanggihpun.

## 2. Sifat Komunikasi Antar Pribadi

Menurut sifatnya komunikasi antar pribadi dapat dibedakan menjadi komunikasi diadik (*dyadic communication*) dan komunikasi kelompok kecil (*small group communication*).

### a. Komunikasi Diadik

Komunikasi diadik yaitu proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih dalam situasi tatap muka. Bisa berupa percakapan, dialog dan wawancara.

Percakapan : Berlangsung dalam suasana informal dan bersahabat.

Dialog : Situasinya lebih intim lebih personal, dan lebih dalam dibandingkan percakapan biasa.

Wawancara : Sifatnya formal, dalam wawancara ada satu pihak yang dominan dalam proses komunikasinya, satu pihak bertanya dan pihak lainnya menjawab.

#### b. Komunikasi Kelompok Kecil

Komunikasi kelompok kecil adalah proses komunikasi yang berlangsung antara tiga orang atau lebih secara tatap muka, antar anggota saling berinteraksi. Komunikasi kelompok kecil oleh banyak kalangan digolongkan kedalam komunikasi antar pribadi, karena beberapa hal berikut : Anggota-anggotanya terlibat dalam suatu proses komunikasi yang berlangsung dengan tatap muka dan pembicaraan yang dilakukan terjadi dengan terpotong-potong. Setiap peserta bisa berbicara dengan posisi yang sama. Disini tidak ada pembicara tunggal yang mendominasi percakapan.

Komunikasi ini sulit untuk mengidentifikasi sumber data penerima pesan karena keduanya bisa berperan sebagai sumber dan penerima. Dalam komunikasi kelompok kecil tidak ada batas yang menentukan dengan tegas berapa besar jumlah individu yang terlibat. Namun, biasanya antara 2-3 orang, bahkan bisa samapai 30 orang tetapi tidak sampai 50 Orang.

### 3. Fungsi Komunikasi Antar Pribadi

Menurut definisinya, fungsi adalah sebagai tujuan di mana komunikasi digunakan untuk mencapai tujuan tersebut. Fungsi komunikasi ialah mengendalikan lingkungan guna memperoleh imbalan-imbalan tertentu berupa fisik, ekonomi, dan sosial. Sebagaimana yang telah dikemukakan bahwa komunikasi insan atau *human communication* baik *non-pribadi* ataupun yang

antar pribadi semuanya mengenai pengendalian lingkungan guna mendapatkan imbalan seperti dalam bentuk fisik, ekonomi, dan sosial (Miller & Steinberg, 1975)

#### 4. Tujuan Komunikasi Antar Pribadi

Tujuan komunikasi antar pribadi adalah membangun suatu hubungan yang sejawat dimana ruang dan waktunya langsung. Muhamad memaparkan bahwa komunikasi antar pribadi mempunyai enam tujuan yaitu:

##### 1. Menemukan Diri Sendiri

Salah satu tujuan komunikasi *interpersonal* adalah menemukan personal atau pribadi.

##### 2. Menemukan Dunia Luar

Hanya komunikasi *interpersonal* menjadikan kita dapat memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita.

##### 3. Membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti

Salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu kita pergunakan dalam komunikasi *interpersonal* diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain.

##### 4. Berubah sikap dan tingkah laku

Banyak waktu kita pergunakan untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan pertemuan *interpersonal*.

##### 5. Untuk bermain dan kesenangan

Dalam hal ini komunikasi antar pribadi mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama adalah mencari kesenangan.

## 6. Untuk membantu

Komunikasi antar pribadi dapat membantu ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi *interpersonal* dalam kegiatan *profesional* mereka untuk mengarahkan kliennya. selain itu berfungsi membantu orang lain dalam interaksi *interpersonal* kita sehari-hari.

## G. Pengertian Teknologi Komunikasi

“Teknologi komunikasi merupakan sesuatu yang dapat dipakai untuk mengurangi ketidakpastian dalam hubungan timbal balik, demi untuk mencapai hasil yang di inginkan, selain itu teknologi komunikasi dapat membuka jendela dalam membuat kita mengetahui berbagai macam peristiwa yang sesungguhnya kita tidak mengalaminya secara langsung” ( Roger, 2006).

Dampak teknologi komunikasi dalam dalam kehidupan sosial masyarakat, secara singkat di kemukakan oleh Roger (2006), dengan mengungkapkan “modernisasi teknologi komunikasi menyebabkan pengawasan masyarakat menjadi lebih penting, walaupun lebih sukar dilaksanakan”.

Sebuah pesawat telepon mempunyai fungsi diantaranya:

- a. *Me-request* pemakaman saluran telepon, jika hendset di angkat.
- b. Mengindikasikan bahwa sistem telepon sudah siap, dengan menerima nada dial.
- c. Mengirim sejumlah nomor tertentu, yang akan di panggil. No ini di bangkitkan oleh *user* dengan menekan tombol *push bottom* pada pesawat telepon.

- d. Menerima beberapa nada yang menyatakan panggilan sedang dalam proses (*ringing, busy*).
- e. Mengindikasikan adanya panggilan pada sisi terima, dengan menyembunyikan nada panggil (*ringing tone*).
- f. Dapat mengubah dari sinyal suara menjadi sinyal listrik untuk pentransmisi jarak jauh. Begitu pula di sisi terima, mengubah sinyal listrik menjadi sinyal suara.
- g. Memberikan tanda pada sistem jika salah satu sisi sudah menyelesaikan pembicaraan, dengan jalan menutup handset.

## H. Tinjauan Mengenai Gaya Hidup

### 1. Pengertian Gaya Hidup

“Gaya hidup adalah pola-pola tindakan dalam membedakan antara satu dengan yang lain. Gaya hidup adalah bentuk identitas kolektif yang berkembang seiring waktu. Gaya hidup berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami” (*Chaney, 2004*)

### 2. Bentuk – bentuk Gaya hidup

Menurut *Chaney* dalam Subandy, (2007) ada beberapa bentuk gaya hidup, antara lain :

#### a. Industri Gaya Hidup

Dalam abad gaya hidup, penampilan-diri itu justru mengalami estetisasi, “estetisasi kehidupan sehari-hari” dan bahkan tubuh/diri (*body/self*) pun justru mengalami estetisasi tubuh. Tubuh/diri dan kehidupan sehari-hari pun menjadi sebuah proyek, benih penyemaian gaya hidup. “Kamu bergaya maka kamu ada!”

adalah ungkapan yang mungkin cocok untuk melukiskan kecenderungan manusia *modern* akan gaya. Itulah sebabnya industri gaya hidup untuk sebagian besar adalah industri penampilan.

#### b. Iklan Gaya Hidup

Dalam masyarakat mutakhir, berbagai perusahaan (korporasi), para politisi, *individu-individu* semuanya terobsesi dengan citra. Di dalam era globalisasi informasi seperti sekarang ini, yang berperan besar dalam membentuk budaya citra (*image culture*) dan budaya cita rasa (*taste culture*) adalah gempuran iklan yang menawarkan gaya *visual* yang kadang-kadang mempesona dan memabukkan.

Iklan merepresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus (*subtle*) arti pentingnya citra diri untuk tampil di muka publik. Iklan juga perlahan tapi pasti mempengaruhi pilihan cita rasa yang kita buat.

#### c. *Public Relations* dan *Journalisme* Gaya Hidup

Pemikiran mutakhir dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis-selebriti (*celebrity based-culture*), para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran “aksesori *fashion*”. Wajah generasi baru yang dikenal sebagai anak-anak *E-Generation*, menjadi seperti sekarang ini dianggap terbentuk melalui identitas yang diilhami selebriti (*celebrity-inspired identity*)-cara mereka berselancar di dunia maya (*Internet*), cara mereka gonta-ganti busana untuk jalan-jalan. Ini berarti bahwa selebriti dan citra mereka digunakan momen demi momen untuk membantu konsumen dalam parade identitas.

#### d. Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat untuk menyusun strategi. Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami bentuk setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

#### e. Gaya Hidup *Hedonis*

Gaya hidup *hedonis* adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa bentuk dari suatu gaya hidup dapat berupa gaya hidup dari suatu penampilan, melalui media iklan, modeling dari artis yang di idola kan, gaya hidup yang hanya mengejar kenikmatan semata sampai dengan gaya hidup mandiri yang menuntut penalaran dan tanggung jawab dalam pola perilakunya.

### 3. Faktor Pembentuk Gaya Hidup

Menurut pendapat *Amstrong* dalam Subandy (2007) gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Lebih lanjut *Amstrong* dalam Subandy (2007) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang ada 2 faktor yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (*internal*) dan faktor yang berasal dari luar (*eksternal*).

#### a. Faktor *Internal*

Faktor *internal* terdiri dari :

##### 1) Sikap.

Sikap berarti suatu keadaan jiwa dan keadaan pikir yang dipersiapkan untuk memberikan tanggapan terhadap suatu objek yang diorganisasi melalui pengalaman dan mempengaruhi secara langsung pada perilaku. Keadaan jiwa tersebut sangat dipengaruhi oleh tradisi, kebiasaan, kebudayaan dan lingkungan sosialnya.

##### 2) Pengalaman dan pengamatan.

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan sosial dalam tingkah laku, pengalaman dapat diperoleh dari semua tindakannya dimasa lalu dan dapat dipelajari, melalui belajar orang akan dapat memperoleh pengalaman. Hasil dari pengalaman sosial akan dapat membentuk pandangan terhadap suatu objek.

### 3) Kepribadian.

Kepribadian adalah konfigurasi karakteristik individu dan cara berperilaku yang menentukan perbedaan perilaku dari setiap individu.

### 4) Konsep diri.

Faktor lain yang menentukan kepribadian individu adalah konsep diri. Konsep diri sudah menjadi pendekatan yang dikenal amat luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan *image* merek. Bagaimana individu memandang dirinya akan mempengaruhi minat terhadap suatu objek. Konsep diri sebagai inti dari pola kepribadian akan menentukan perilaku individu dalam menghadapi permasalahan hidupnya, karena konsep diri merupakan *frame of reference* yang menjadi awal perilaku.

### 5) Motif.

Perilaku individu muncul karena adanya motif kebutuhan untuk merasa aman dan kebutuhan terhadap *prestise* merupakan beberapa contoh tentang motif. Jika motif seseorang terhadap kebutuhan akan *prestise* itu besar maka akan membentuk gaya hidup yang cenderung mengarah kepada gaya hidup hedonis.

### 6) Persepsi.

Persepsi adalah proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan menginterpretasikan informasi untuk membentuk suatu gambar yang berarti mengenai dunia.

### b Faktor *Eksternal*

Faktor *eksternal* terdiri dari :

#### 1) Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang memberikan pengaruh langsung

atau tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Kelompok yang memberikan pengaruh langsung adalah kelompok dimana individu tersebut menjadi anggotanya dan saling berinteraksi, sedangkan kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung adalah kelompok dimana individu tidak menjadi anggota didalam kelompok tersebut. Pengaruh-pengaruh tersebut akan menghadapi individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

## 2) Keluarga.

Keluarga memegang peranan terbesar dan terlama dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini karena pola asuh orang tua akan membentuk kebiasaan anak yang secara tidak langsung mempengaruhi pola hidupnya.

## 3) Kelas sosial.

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama. Ada dua unsur pokok dalam sistem sosial pembagian kelas dalam masyarakat, yaitu kedudukan (status) dan peranan. Kedudukan sosial artinya tempat seseorang dalam lingkungan pergaulan, *prestise* hak-haknya serta kewajibannya. Kedudukan sosial ini dapat dicapai oleh seseorang dengan usaha yang sengaja maupun diperoleh karena kelahiran. Peranan merupakan aspek yang dinamis dari kedudukan. Apabila individu melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya maka ia menjalankan suatu peranan.

#### 4) Kebudayaan.

Kebudayaan yang meliputi pengetahuan, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, dan kebiasaan-kebiasaan yang diperoleh individu sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan terdiri dari segala sesuatu yang dipelajari dari pola-pola perilaku yang normatif, meliputi ciri-ciri pola pikir, merasakan dan bertindak.

### I. Tinjauan Mengenai *Fenomenologi*

*Fenomenologi* berasal dari bahasa Yunani, *phainomai*, yang berarti 'menampak' dan *phainomenon* merujuk 'pada yang menampak'. Istilah *fenomenologi* diperkenalkan oleh *Johann Heinrich Lambert*. Meskipun pelopor *fenomenologi* adalah *Husserl*, namun dalam buku ini lebih banyak mengupas ide-ide *Schutz* (yang tetap berdasar pada pemikiran sang pelopor, *Husserl*). Terdapat dua alasan utama mengapa *Schutz* dijadikan *centre* dalam penerapan metodologi penelitian kualitatif menggunakan studi *fenomenologi* ini. Pertama, karena melalui *Schutz*-lah pemikiran dan ide *Husserl* yang dirasa abstrak dapat dijelaskan dengan lebih gamblang dan mudah dipahami. Kedua, *Schutz* merupakan orang pertama yang menerapkan *fenomenologi* dalam penelitian ilmu sosial. Oleh karena itu, buku ini mengupas beberapa pandangan *Schutz* dan penerapannya dalam sebuah penelitian sosial.

*Schutz* mengawali pemikirannya dengan mengatakan bahwa objek penelitian ilmu sosial pada dasarnya berhubungan dengan interpretasi terhadap realitas. Jadi, sebagai peneliti ilmu sosial, kita pun harus membuat interpretasi terhadap realitas yang diamati. Orang-orang saling terikat satu sama lain ketika

membuat interpretasi ini. Tugas peneliti sosial-lah untuk menjelaskan secara ilmiah proses ini.

Dalam melakukan penelitian, peneliti harus menggunakan metode interpretasi yang sama dengan orang yang diamati, sehingga peneliti bisa masuk ke dalam dunia interpretasi orang yang dijadikan objek penelitian. Pada praktiknya, peneliti mengasumsikan dirinya sebagai orang yang tidak tertarik atau bukan bagian dari dunia orang yang diamati. Peneliti hanya terlibat secara kogniti dengan orang yang diamati. Peneliti dapat memilih satu 'posisi' yang dirasakan nyaman oleh subyek penelitiannya, sehingga ketika subyek merasa nyaman maka dirinya dapat menjadi diri sendiri. Ketika ia menjadi dirinya sendiri inilah yang menjadi bahan kajian peneliti sosial.

Setelah *Schutz* berhasil mengintegrasikan *fenomenologi* dalam ilmu sosial, para cendekiawan sosial mulai melirik pemikiran *fenomenologi* yang paling awal, yakni *fenomenologi transendental Husserl*. *Husserl* sangat tertarik dengan penemuan makna dan hakikat dari pengalaman. Dia berpendapat bahwa terdapat perbedaan antara fakta dan esensi dalam fakta, atau dengan kata lain perbedaan antara yang *real* dan yang tidak.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Metodologi Penelitian

Metode penelitian ini merupakan penelitian *deskriptif-kualitatif*. Fokusnya adalah penggambaran secara menyeluruh tentang bentuk, fungsi, dan makna ungkapan larangan. Hal ini sejalan dengan pendapat *Bogdan* dan *Taylor* dalam *Moleong* (2002) yang menyatakan "metodologi kualitatif" sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data *deskriptif* berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dengan kata lain, penelitian ini disebut penelitian *kualitatif* karena merupakan penelitian yang tidak mengadakan perhitungan.

Penelitian *kualitatif* harus mempertimbangkan metodologi *kualitatif* itu sendiri. Metodologi *kualitatif* merupakan prosedur yang menghasilkan data *deskriptif* berupa data tertulis atau lisan di masyarakat bahasa (Djajasudarma, 2006). Lebih lanjut dijelaskan bahwa pendekatan *kualitatif* yang menggunakan data lisan suatu bahasa memerlukan informan. Pendekatan yang melibatkan masyarakat bahasa ini diarahkan pada latar dan individu yang bersangkutan secara *holistik* sebagai bagian dari satu kesatuan yang utuh. Oleh karena itu, dalam penelitian bahasa jumlah informan tidak ditentukan jumlahnya. Dengan kata lain, jumlah informannya ditentukan sesuai dengan keperluan penelitian.

## B. Studi Kasus

Studi kasus adalah sebuah eksplorasi dari “suatu sistem yang terikat” atau “suatu kasus/beragam kasus” yang dari waktu ke waktu melalui pengumpulan data yang mendalam serta melibatkan berbagai sumber informasi yang “kaya” dalam suatu konteks (Creswell, 2007).

Studi kasus ini dilakukan pada SMA Sultan Iskandar Muda Medan untuk mendapatkan data tentang fenomena gaya hidup penggunaan *Blackberry Smartphone* di kalangan siswa.

## C. Informan Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti menentukan informan dengan teknik *purposive* yaitu penentuan informan tidak didasarkan strata, pedoman atau wilayah tetapi didasarkan adanya tujuan tertentu yang tetap berhubungan dengan permasalahan penelitian.

Mereka yang dijadikan sebagai informan pada penelitian ini adalah berdasarkan pertimbangan bahwa mereka telah mewakili seluruh siswa SMA Sultan Iskandar Muda Medan.

Maka peneliti dalam hal ini menggunakan informan dengan menggunakan kriteria inklusi sebagai berikut :

1. Siswa pria dan wanita kelas X sebanyak 5 orang informan
2. Siswa sebagai pengguna *Blackberry Smartphone*.
3. Bersedia menjadi responden dengan menandatangani surat persetujuan (*informed consent*) yang diberikan.

Sedangkan kriteria eksklusi adalah sebagai berikut :

1. Tidak menggunakan *Blackberry Smartphone*.
2. Usia di luar batas kriteria responden.

#### **D. Konsep dan Definisi Operasional**

##### **1. Konsep Operasional**

Konsep operasional adalah generalisasi dari sekelompok fenomena yang sama yang dibangun dari teori-teori untuk menjelaskan variabel yang diteliti dan merupakan kerangka acuan peneliti dalam mendesain instrumen penelitian (Bungin, 2008).

Konsep operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

##### **1. Gaya hidup**

Gaya hidup adalah pola-pola tindakan dalam membedakan antara satu dengan yang lain. Gaya hidup adalah bentuk identitas kolektif yang berkembang seiring waktu. Gaya hidup berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami

##### **2. *Blackberry Smartphone***

*Blackberry Smartphone* atau telepon pintar adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, terkadang dengan fungsi yang menyerupai komputer dengan merek dagang *Blackberry* yang diperkenalkan pertama kali pada tahun 1997 oleh salah satu perusahaan Kanada, *Research In Motion (RIM)*.

## 2. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah penjabaran lebih lanjut tentang kerangka konsep yang telah diklasifikasikan ke dalam bentuk variabel yang akan diteliti. Selain itu definisi operasional merupakan unsur penelitian yang memberikan batasan pengukuran variabel.

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### a. Pola-Pola Tindakan

Pola-pola tindakan merupakan gaya hidup yang digunakan dalam membedakan antara satu dengan yang lain.

### b. Identitas

Identitas adalah merupakan bentuk gaya hidup kolektif yang berkembang seiring waktu.

### c. Interaksi

Interaksi merupakan cara berhubungan dengan cara-cara yang tidak mudah dipahami.

### d. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola-pola tindakan dalam membedakan antara satu dengan yang lain. Gaya hidup adalah bentuk identitas kolektif yang berkembang seiring waktu. Gaya hidup berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data atau informasi dan keterangan-keterangan yang diperlukan, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:



## 1. Teknik Pengumpulan Data *Primer*

Teknik pengumpulan data *primer* adalah pengumpulan data yang dilakukan secara langsung pada lokasi penelitian. Pengumpulan data *primer* dilakukan dengan instrumen sebagai berikut:

- a. Wawancara Mendalam, yaitu dengan cara memberikan pertanyaan-pertanyaan secara langsung dan terbuka kepada informan atau sejumlah pihak yang terkait dan berhubungan dengan masalah yang diteliti untuk memperoleh data yang lengkap dan mendalam.
- b. Observasi atau Pengamatan, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengamati secara langsung terhadap objek penelitian kemudian mencatat gejala-gejala yang ditemukan di lapangan untuk melengkapi data-data yang diperlukan sebagai acuan yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

## 2. Teknik Pengumpulan Data Sekunder

Teknik pengumpulan data sekunder adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui studi bahan-bahan kepustakaan yang perlu untuk mendukung data *primer*. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan instrumen sebagai berikut:

- a. Studi Kepustakaan, yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku, karya ilmiah, pendapat para ahli yang memiliki relevansi dengan masalah yang diteliti.
- b. Studi Dokumentasi, yaitu pengumpulan data yang diperoleh dengan menggunakan catatan-catatan tertulis yang ada di lokasi penelitian serta sumber-sumber lain yang menyangkut masalah yang diteliti dengan instansi terkait.

## **F. Teknik Analisis Data**

Sesuai dengan metode penelitian, teknik analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis data kualitatif. Analisis data kualitatif ini adalah analisis terhadap data yang diperoleh berdasarkan kemampuan nalar peneliti dalam menghubungkan fakta-fakta, data dan informasi.

Jadi teknik analisis data kualitatif yaitu dengan menyajikan hasil wawancara dan melakukan analisis terhadap masalah yang ditemukan di lapangan sehingga akan diperoleh gambaran yang jelas tentang objek yang diteliti dan kemudian akan ditarik kesimpulan.

## **G. Uji Keabsahan Data**

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keabsahan data penelitian kualitatif, yaitu: nilai subyektivitas, metode pengumpulan dan sumber data penelitian. Banyak hasil penelitian kualitatif diragukan kebenarannya karena beberapa hal, yaitu subjektivitas peneliti merupakan hal yang dominan dalam penelitian kualitatif, alat penelitian yang diandalkan adalah wawancara dan *observasi* mengandung banyak kelemahan ketika dilakukan secara terbuka dan apalagi tanpa kontrol, dan sumber data kualitatif yang kurang *credible* akan mempengaruhi hasil akurasi penelitian.

Oleh karena itu, uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini dilakukan dengan uji kredibilitas, transferabilitas dan konfirmatas data penelitian.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan dianalisa pada bab sebelumnya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola tindakan penggunaan *Blackberry Smartphone* di kalangan siswa SMA Swasta Sultan Iskandar Muda Medan seperti selalu menggunakan *handphone Blackberry* ini disetiap aktivitasnya apalagi *handphone* ini sangat mudah dibawa kemana pun dan dengan mudah dapat mengakses *internet* dan memiliki pilihan aplikasi, inilah yang membuat *handphone Blackberry* ini begitu digemari. Selain buat alat komunikasi telepon dan sms *handphone* ini bisa menjadi alat bantu kita untuk dapat bersosialisasi dengan mudah di dunia maya.
2. Identitas penggunaan *Blackberry* dikalangan siswa SMA Swasta Sultan Iskandar Medan Medan adalah sebagai simbolisasi atau ciri khas yang mewakili citra yang ada di diri kita sendiri. Di mana penggunaan *handphone* ini dapat mewakili kecocokan yang ditimbulkan dengan adanya fasilitas yang ada, dapat memberikan gaya untuk penampilan bagi penggunanya dan dapat menjadikan percaya diri untuk menggunakan dan memilikinya.
3. Fungsi interaksi penggunaan *Blackberry Smartphone* dikalangan siswa SMA Swasta Sultan Iskandar Muda dengan cara menggunakan *handphone Blackberry* ini disetiap aktivitasnya, kemampuannya menerima *e-mail* dan

aplikasi yang membuat *handphone* ini dimiliki oleh sebagian siswa karena dengan mudah dapat mengakses *internet*.

4. Gaya hidup penggunaan *Blackberry* di kalangan siswa SMA Swasta Sultan Iskandar Muda Medan ialah *handphone* di pandang suatu ciri dari Negara yang teknologinya sudah berkembang, kini *handphone* memang sudah menjadi suatu kebutuhan bagi penggunanya. Gaya hidup dapat menunjukkan bagaimana orang hidup dengan berbagai kebutuhan dan bagaimana caranya memilih antara suatu kebutuhan atau hanya ingin memenuhi gengsinya saja.

## B. Saran

Dalam sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan sesuatu yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan, instansi atau lembaga serta berbagai pihak yang berkaitan dengan penelitian ini. Berbagai hal yang belum diketahui dari Gaya Hidup penggunaan *Blackberry* khususnya bagi penelitian yang sama, peneliti memberi saran untuk:

1. Sebaiknya untuk peneliti selanjutnya lebih melakukan pendekatan terlebih dahulu dengan pengguna *Blackberry* agar dapat menganalisa lebih dalam lagi.
2. Sebaiknya lebih menekankan untuk menganalisa komunitas dari pengguna *handphone Blackberry* ini.
3. Jangan jadikan *handphone Blackberry* ini sebagai gaya hidup tapi jadikanlah *handphone* ini sebagai suatu kebutuhan sebagai alat komunikasi kita.
4. Jangan terlalu fokus dengan dunianya sendiri sampai mengacuhkan aktivitas dan tidak memperdulikan orang yang ada di sekitar kita.
5. Gunakan teknologi yang ada tapi jangan sampai kita terbawa oleh efek buruk yang dapat ditimbulkannya.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Chaney, David. 2004. *Lifestlyles Sebuah Pengantar Komprehensif*. Bandung: Jalasutra.
- Cangara, Haffied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Efendy, Onong Uchjana 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Kotler,Philip dan Armstrong. 2004. *Principles of Marketing*. IE. Prentice-Hall, News Jersey.
- Little john, Stephen W,Theoris of Human Communication, *Fifth Edition*, (Belmont, California: Wadsworth Publishing Company, 1996).
- Moleong, Lexy J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2004. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- \_\_\_\_\_, 2005, *Ilmu Komunikasi; Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. 2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung.
- Rakhmat, Jalaludin. 1999. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Subandy, Idi. 2007. *Ecstasy Gaya Hidup*.Bandung : Penerbit Mizan Sufyan, Muhammad. 2009. *Blackberry For Everyone*. Bandung: E-tera.
- Sadam, Gauzali. 2005. *Teknologi Komunikasi Perkembangan dan Aplikasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Susanto. 2003. *Potret-Potret Gaya Hidup Metropolis*. Jakarta: PT Kompas Media Nusantara.
- Suharsimi, 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendektan Praktik*. Bandung: Rineka Cipta.

## Sumber Lain

- Fauzi Andrian. *BlackBerry Kurangi Penggunaan Hotspot*. <http://www.detikinet.com/read/2010/03/15/075735/1318128/328/blackberry-kurangi-penggunaan-hotspot>. Kamis, 7 Pebruari 2013.
- Indra Darmawan. *Pengguna BlackBerry Indonesia Naik 494 Persen*. [http://teknologi.vivanews.com/news/read/49413-pengguna\\_blackberry\\_indonesia\\_naik\\_494\\_persen](http://teknologi.vivanews.com/news/read/49413-pengguna_blackberry_indonesia_naik_494_persen). Kamis, 7 Pebruari 2013.
- Resiskom. *Kerangka Teori*. <http://scribd.com/doc/29826189/REVISI-RISKOM-Kerangka-Teori>. Kamis, 7 Pebruari 2013.
- Orgwaras. *Fitur-fitur Smartphone Blackberry dan Smartphone Lainnya*. <http://publikana.com/baca/2010/03/29/fitur-fitur-smartphone-blackberry-dan-smartphone-lainnya.html>. Kamis, 7 Pebruari 2013.
- Wikipedia. *Telepon Pintar*. [http://id.wikipedia.org/wiki/Telepon\\_pintar](http://id.wikipedia.org/wiki/Telepon_pintar). Google. *Cara membuat blog dan Pengertian gaya hidup*. <http://www.membuatblog.web.id/2010/04/pengertian-gaya-hidup.html>. Kamis, 7 Pebruari 2013.
- Zaenal rully. *Keunggulan Blackberry*. <http://ericommunicator.blogspot.com/2009/02/keunggulan-blackberry.html>. Kamis, 7 Pebruari 2013.
- Blackberry di kalangan pelajar, positif atau negative. [http://www.waspada.co.id/index.php?option=com\\_content&view=article&id=103581:bb-di-kalangan-pelajar-positif-atau-negatif&catid=38&Itemid=62](http://www.waspada.co.id/index.php?option=com_content&view=article&id=103581:bb-di-kalangan-pelajar-positif-atau-negatif&catid=38&Itemid=62). Kamis, 7 Pebruari 2013.
- BlackBerry antara Gaya dan Kebutuhan. [http://www.sripoku.com/view/5492/blackberry\\_antara\\_gaya\\_dan\\_kebutuhan](http://www.sripoku.com/view/5492/blackberry_antara_gaya_dan_kebutuhan). Sriwijaya post. Kamis, 7 Pebruari 2013.
- Indra Darmawan. *Blackberry makin digandrungi mahasiswa*. <http://teknologi.vivanews.com/news/read/116910->. Kamis, 7 Pebruari 2013.