

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kerangka Teori

1. Tinjauan tentang Teknologi Seluler

Teknologi berasal dari kata Yunani *techno* yang artinya keterampilan atau seni, dari kata inilah diturunkan kata teknik dan teknologi. Teknik artinya cara atau metode untuk memperoleh keterampilan dalam bidang tertentu sedangkan teknologi mempunyai arti; (1) penerapan ilmu untuk petunjuk praktis, (2) cabang ilmu tentang penerapan tersebut dalam praktek dan industri, dan (3) kumpulan cara untuk memenuhi obyek dari kebudayaan. (Ansita dkk, 2010: 85)

Teknologi saat ini juga memudahkan dalam proses komunikasi baik pada jarak yang dekat maupun jarak yang jauh sehingga komunikasi lebih efektif. Teknologi mengambil peranan penting dalam berkomunikasi. Menurut O'Brein perilaku manusia sosioteknologi, ada 5 (lima) komponen perilaku manusia dan teknologi dalam berinteraksi meliputi: (1) struktur masyarakat, (2) sistem dan teknologi informasi, (3) masyarakat dan budaya, (4) strategi komunikasi, dan (5) proses sosial (Ansita dkk, 2010: 111).

Media teknologi komunikasi merupakan perangkat teknologi (*hardware* maupun *software*) yang dipergunakan untuk mendukung proses informasi dan komunikasi (Ansita dkk, 2010: 112). Fasilitas media teknologi komunikasi memudahkan orang untuk saling berinteraksi,

meskipun dipisahkan oleh jarak geografis, tetapi dengan bantuan media interaksi dapat dilaksanakan dengan mudah (Ansita dkk, 2010: 116). Perkembangan teknologi komunikasi saat ini begitu cepat, setiap hari pasti selalu ada informasi terbaru tentang perkembangan tersebut. Sebagai contohnya adalah berkembangnya berbagai macam jenis telepon, dari jenis telepon kabel sampai jenis nirkabel, seperti Handy Talky (HT), telepon seluler (ponsel), dan PDA. (Ansita dkk, 2010: 87)

Saat ini *handphone* merupakan benda elektronik dan paling banyak dipakai dan menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat. *Handphone* mampu memperpendek jarak yang jauh, sehingga dapat saling berkomunikasi pada saat bersamaan. *Handphone* membantu komunikasi antar individu dan bahkan antar kelompok dengan berbagai fasilitas layanan yang disediakan oleh jasa telekomunikasi. Keberadaan *handphone* kini sudah mengalahkan telepon kabel. Teknologi seluler selalu berkembang terus dan tidak pernah akan berhenti disatu titik. Teknologi berkaitan erat dengan desain dan kualitas suatu produk sehingga masyarakat tidak akan jenuh dengan teknologi yang semakin canggih.

2. Tinjauan tentang *Blackberry*

Blackberry merupakan perangkat genggam nirkabel yang memiliki kemampuan layanan email, telepon seluler, pesan singkat, faksimili internet, menjelajah di dunia maya, dan berbagai kegiatan nirkabel lainnya. Sejak *Research in Motion* (RIM), perusahaan yang berbasis di Kanada, memperkenalkan *BlackBerry* pada tahun 1997, kemampuan

menyampaikan informasi melalui jaringan data nirkabel lewat layanan perusahaan telepon genggam menggagetkan dunia. (Rohmat, 2009: 2)

BlackBerry mulai diperkenalkan pada tahun 1999 sebagai pager dua arah. Pada tahun 2002, *BlackBerry* lebih dikenal sebagai ponsel cerdas setelah diluncurkan *BlackBerry* yang mendukung layanan *push email*, layanan telepon seluler, pesan teks, internet *faxing*, web *browsing*, dan informasi layanan nirkabel lainnya serta multi *touch interface*. Dikembangkan oleh perusahaan Kanada, *Research in Motion* (RIM), yang menawarkan jaringan data nirkabel dari ponsel layanan perusahaan. (Rohmat, 2009: 118-119) Operator indosat mengenalkan *BlackBerry* di indonesia pada tanggal 15 desember 2004 (Rohmat, 2009: 132).

BlackBerry pertama yang berfokus pada kemampuan email, memacu kemajuan pemasaran. RIM juga menawarkan email *BlackBerry* ke layanan piranti *non-BlackBerry*, seperti *Palm Treo*, melalui koneksi *software BlackBerry*. Walaupun termasuk aplikasi *Personal Digital Assitant* (PDA) biasa (buku alamat, kalender, to-do list, dan lain-lain), serta kemampuan menelpon *BlackBerry* dikenal dengan kemampuan untuk mengirim dan menerima email di mana saja, dan dapat mengakses jaringan nirkabel operator nirkabel telepon seluler tertentu. Dilengkapi dengan *keyboard QWERTY*, dioptimalkan untuk "*thumbing*" (menggunakan jempol untuk mengetik). (Rohmat, 2009: 120)

Blackberry mempunyai keunggulan dibanding dengan ponsel biasa lainnya yaitu (Rohmat, 2009: 12-13):

1. Mengirim *email* dan menerima email sebanyak-banyaknya dengan satu harga.
2. Mengirim dan menerima *email* semudah sms, tanpa biaya tambahan.
3. Mengirimkan *email* dan WEB *browsing* dengan kompresi yang dilakukan dua kali (content dan komunikasi). Dari file 1 *megabyte* bisa dikompresi menjadi 10 *kilobyte*, bisa mendapatkan email *real time*.
4. Bisa melakukan *browsing* ringan internet.
5. Dapat melakukan *chatting* dengan berbagai macam media, baik *Yahoo! Messenger, Gtalk, BlackBerry Messenger*.
6. *Chatting* internasional gratis dan *real time*. Hasil pembicaraan bisa langsung dikirim melalui email untuk memberitahukan pada rekan bisnis lainnya.
7. Bisa berfungsi sebagai GPS, dan mendukung teknologi *Wi-fi*.
8. Membuka *attachment email* yang lebih cepat dimana akses cepat ini ada hubungannya dengan kompresi yang sangat apik.
9. Pemutar video dan audio paling lengkap.
10. Tahan banting dan sangat aman.

Berikut beberapa aplikasi yang ditawarkan oleh *BlackBerry*, yang banyak diminati oleh para pengguna *BlackBerry* diantaranya (don juan, 2011).

1. *BlackBerry Messenger*.
2. *Yahoo! Messenger*.

3. *Facebook.*
4. *UberTwitter.*
5. *Navita Translator.*
6. *Capture It.*
7. *Beam Explorer.*
8. *21 Cineplex.*
9. Portal Berita.
10. *FourSquare.*

Kehadiran *BlackBerry* yang awalnya ditunjukkan untuk kepentingan bisnis, perlahan mulai bergeser kearah gaya hidup. Terbukti dengan ditanamkannya fitur-fitur hiburan seperti kemampuan memutar file multimedia (audio/video) dan kamera dalam *handset*. (Rohmat, 2009: 135)

3. Tinjauan tentang Gaya Hidup

Gaya hidup menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia di dalam masyarakat (KBBI, 2008: 443). Gaya hidup (*life style*) adalah karakter konsumsi modern (Lury, 1998 :112). Tindakan konsumsi secara aktif dilakukan konsumen untuk menunjukkan status sosial, selera yang baik atau sekedar untuk diketahui agar jangan dikatakan ketinggalan jaman, dan digunakan sebagai penunjuk posisi sosial dan gaya sosial konsumen yang mencari posisi mereka diantara konsumen lain (Lury, 1998: 57-67). Salah satu proses konsumsi yang dilakukan masyarakat dalam kajian ini adalah konsumsi terhadap salah satu bentuk materi, yaitu *handphone BlackBerry*. Tindakan

konsumsi yang dilakukan secara terus-menerus oleh masyarakat menjadikan suatu budaya konsumtif yang tak akan pernah habis dalam mengkonsumsi barang berupa *Handphone*.

Dalam makalah yang mengulas teori budaya konsumen, Featherstone membaginya menjadi tiga tipe. Pertama, dia melihat konsumerisme sebagai cara atau tahapan tertentu perkembangan kapitalis. Kedua, merupakan persoalan yang lebih bersifat sosiologis, mengenai hubungan antara penggunaan benda-benda dan cara-cara melukiskan status: “fokusnya disini mengenai cara-cara yang berbeda ketika ketika orang menggunakan benda-benda untuk menciptakan ikatan atau perbedaan sosial”. Ketiga, ada yang menaruh perhatian terhadap kreatifitas praktik-praktik konsumen. (Chaney, 2011: 67)

Gaya hidup merupakan ciri sebuah dunia modern, atau yang biasa disebut modernitas. Maksudnya adalah siapapun yang hidup dalam masyarakat modern akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain. Gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain. Gaya hidup membantu memahami apa yang orang lakukan, mengapa mereka melakukannya, dan apakah yang mereka lakukan bermakna bagi dirinya maupun orang lain. (Chaney, 2011: 40)

Gaya hidup merupakan bagian dari kehidupan sosial sehari-hari seseorang. Gaya hidup juga berfungsi dalam interaksi, dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh seseorang yang tidak hidup

dalam dunia modern. (Chaney, 2011: 40-41) Gaya hidup juga bergantung pada bentuk-bentuk kultural, masing-masing merupakan gaya, tata krama, cara menggunakan barang-barang, tempat dan waktu yang merupakan karakteristik seseorang atau kelompok (Chaney, 2011: 41). Yasraf Amir Piliang (1999: 209) juga menjelaskan bahwa gaya hidup merupakan pola hidup seseorang dan bagaimana individu atau kelompok dalam menghabiskan waktu, ruang, uang dan barang karakteristiknya.

Proses gaya hidup dipengaruhi oleh pengetahuan dan pandangan oleh masing-masing orang. Susanto menjelaskan, dengan informasi global, walaupun mereka tidak pernah ke luar negeri, mempunyai pengaruh yang besar bagi generasi mendatang. Tidak semua nilai-nilai hidup itu negatif, dan sebaliknya tidak semuanya positif (Susanto, 2001: 85). Gaya hidup juga dipandang sebagai suatu proyek kehidupan dan menunjukkan individualitas (Featherstone, 2001: 205).

Mahasiswa yang menggunakan *BlackBerry* merupakan salah satu contoh yang diperoleh dari adanya iklan dan pengaruh lingkungan pergaulan yang memaksa mereka harus menggunakan barang tersebut agar bisa dianggap modern. Munculnya *BlackBerry* di Indonesia memunculkan pola perilaku dan menimbulkan gaya hidup dikalangan mahasiswa. Kebiasaan mahasiswa dalam menggunakan fitur-fitur *BlackBerry* yang menghabiskan banyak waktu dan uang menjadi suatu gaya hidup tersendiri bagi mahasiswa pengguna *BlackBerry*.

4. Tinjauan tentang Komunikasi

Pada dasarnya setiap orang dapat berkomunikasi satu dengan yang lainnya. Manusia selain sebagai makhluk individu juga sekaligus sebagai makhluk sosial yang memiliki kebutuhan untuk berkomunikasi dengan sesamanya. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Komunikasi yang melibatkan dua orang, komunikasi berlangsung apabila adanya kesamaan makna. (Effendy, 2004 : 9) Menurut KBBI komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami; hubungan; kontak (KBBI, 2008: 721). Menurut Raymond S. Ross (dalam Wiryanto, 2004: 6) mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses menyortir, memilih dan mengirim simbol-simbol sedemikian rupa, sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respon dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksud oleh sang komunikator.

Jenis-jenis komunikasi antara lain secara langsung dan tidak langsung. Komunikasi langsung (*direct communication*) merupakan komunikasi dari muka ke muka (*face to face*), tanpa melalui perantara. Bentuk komunikasi ini paling sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi tidak langsung (*indirect communication*) terjadi apabila dalam berkomunikasi dipakai satu atau lebih perantara untuk menghubungkan komunikator dengan komunikan. (Sutaryo, 2005: 24-25)

Penggunaan komunikasi disini dimaksudkan melalui jenis komunikasi secara tidak langsung yaitu dengan menggunakan alat berupa *handphone BlackBerry* sebagai perantara komunikasi antara dua orang atau lebih.

5. Globalisasi

Globalisasi merupakan suatu proses dimana segala sesuatu berupa kebudayaan, teknologi, perdagangan, investasi, maupun interaksi antar Negara dapat masuk ke wilayah Negara manapun, tidak mengenal batas suatu wilayah. Teori globalisasi juga muncul sebagai akibat dari serangkaian perkembangan internal teori sosial, khususnya reaksi terhadap perpektif terdahulu seperti teori modernisasi (Ritzer, 2007: 587).

Karakteristik dari Teori Globalisasi ini adalah bias *Western*-nya yang disesuaikan dengan perkembangan di Barat dan bahwa ide di luar dunia Barat tak punya pilihan kecuali menyesuaikan diri dengan ide Barat (Ritzer, 2007: 588). Globalisasi dapat dianalisa secara kultural, ekonomi, politik, dan atau institusional (Ritzer, 2007: 588).

Kutipan berikut ini memberikan tinjauan perspektif Kellner dari sudut pandang teori

Globalisasi melibatkan pasar kapitalis dan seprangkat relasi social dan aliran komoditas, capital, teknologi, ide-ide, bentuk kultur, dan penduduk yang melewati batas-batas nasional via jaringan masyarakat global. Transmutasi teknologi dan kaipital bekerja sama menciptakan dunia baru yang mengglobal dan saling terhubung. Revolusi teknologi yang menghasilkan jaringan komunikasi computer, transportasi, dan pertukaran merupakan pra-anggapan (*presupposition*) dari ekonomi global, bersama dengan perluasan dari system pasar kapitalis dunia yang menarik lebih banyak area dunia dan ruang produksi, perdagangan dan konsumsi kedalam orbitnya. (Ritzer, 2007: 590)

Seperti yang terjadi pada masyarakat Indonesia saat ini, khususnya mahasiswa. Munculnya *BlackBerry* yang menimbulkan suatu gaya hidup bagi mahasiswa, akibat dari proses globalisasi.

6. Teori Interaksionisme Simbolik

Mead adalah pemikir yang sangat penting dalam sejarah interaksionisme simbolik, yang memusatkan perhatiannya pada interaksi antara individu dan kelompok. Dalam pemikiran Mead menemukan bahwa individu-individu tersebut dalam berinteraksi dengan menggunakan simbol-simbol, yang di dalamnya berisi tanda-tanda, isyarat dan kata-kata. Simbol merupakan sesuatu yang nilai atau maknanya diberikan kepadanya oleh mereka yang mempergunakannya. (Kamanto, 2004: 35)

Pada dasarnya teori Mead menyetujui keunggulan dan keutamaan dunia sosial. Artinya, dari dunia sosial muncul kesadaran, pikiran, diri, dan seterusnya. Unit yang paling mendasar dari teori sosial adalah tindakan. Dalam tindakan terdapat empat tahap yang masing-masing dari tahap tersebut saling berkaitan satu sama lain dalam setiap perbuatan. Empat tahap tersebut adalah impuls, persepsi, manipulasi, dan konsumsi. (Ritzer, 2007: 318)

Interaksionisme simbolik dapat diringkas dengan prinsip dasar berikut (Ritzer, 2007: 289):

- a. Tak seperti binatang, manusia dibekali kemampuan untuk berpikir.
- b. Kemampuan berpikir dibentuk oleh interaksi sosial.
- c. Dalam interaksi sosial manusia mempelajari arti dan simbol yang memungkinkan mereka menggunakan kemampuan berpikir mereka yang khusus itu.

- d. Makna dan simbol memungkinkan manusia melanjutkan tindakan khusus dan berinteraksi.
- e. Manusia mampu mengubah arti dan simbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan penafsiran mereka terhadap situasi.
- f. Manusia mampu memodifikasi dan mengubah, sebagian karena kemampuan mereka berinteraksi dengan diri mereka sendiri, yang memungkinkan mereka menguji serangkaian peluang tindakan, menilai keuntungan dan kerugian relatifnya dan kemudian memilih satu diantara serangkaian peluang tindakan itu.
- g. Pola aksi dan interaksi yang saling berkaitan akan membentuk kelompok dan masyarakat.

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan topik yang akan diteliti dalam skripsi ini adalah.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ares Faujian, mahasiswa Prodi Pendidikan Sosiologi UNY yang diberi judul Distro dan gaya hidup ditulis tahun 2009. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa eksistensi distro dalam membentuk gaya hidup di kalangan mahasiswa Yogyakarta merupakan dinamika sosial antara: (1) perilaku konsumen distro, (2) produk sebagai simbol identitas, (3) pengaruh dari media massa, (4) keberadaan komunitas *clothing* distro. Eksistensi distro dalam membentuk gaya hidup di kalangan mahasiswa Yogyakarta merupakan dinamika sosial antara keempat unsur tersebut merupakan faktor pembentuk eksistensi distro dan sekaligus yang membentuk gaya hidup di kalangan mahasiswa Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendiskripsikan sejauh mana eksistensi distro dalam membentuk gaya hidup di kalangan mahasiswa

Yogyakarta, dan bagaimana deskripsi gaya hidup di kalangan mahasiswa Yogyakarta setelah terbentuk dengan keberadaan atau eksistensi distro.

Letak persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang gaya hidup pada mahasiswa, sedangkan perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Ares Faujian dengan peneliti lakukan adalah penelitian yang dilakukan oleh Ares Faujian membahas tentang distro, yang dibahas peneliti adalah mengenai *BlackBerry* dan obyek penelitian yang dilakukan oleh peneliti dibatasi pada mahasiswa FIS UNY, sedangkan obyek penelitian yang dilakukan Ares Faujian adalah mahasiswa di Yogyakarta.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Jumrati (2003), Mahasiswi FIB UGM, yang diberi judul Penggunaan *handphone* di kalangan Mahasiswi (kasus makna penggunaan *handphone* bagi empat mahasiswi di Yogyakarta). Hasil penelitian ini adalah dalam budaya konsumen, konsumsi *handphone* dikalangan mahasiswi bertujuan untuk menunjukkan identitas modern dan status sosial. Mahasiswi sering menggantikan *handphone* dengan tujuan untuk mengikuti *trend* agar tidak dikatakan kuno atau ketinggalan jaman. banyaknya mahasiswi yang menggunakan *handphone* baik di kampus, di mal atau di jalan-jalan menandakan *handphone* bukan lagi sebatas alat komunikasi tetapi menjadi bagian dari gaya hidup, dengan demikian telah terjadi pergeseran nilai dari nilai etika ke nilai estetika sebagai akibat dari pemakaian *handphone*. Aktivitas konsumsi terhadap nilai ekonomi sekaligus nilai simbolik yang melekat pada *handphone* tersebut

berimplikasi sosial dan budaya, seperti komunalitas dan individualisme yang di konsumsi oleh kalangan menengah keatas yang kemudian membentuk sub kultur konsumen. Tujuan dari penellitian yang dilakukan oleh Jumrati adalah memahami makna proses konsumsi HP di kalangan mahasiswi dan mengetahui gaya hidup yang terbentuk dan dijalani oleh mahasiswi.

Persamaan yang dilakukan oleh peneliti adalah sama-sama memfokuskan obyeknya pada mahasiswa dan mengkaji tentang teknologi *handphone*, yang membedakan adalah jika penelitian yang dilakukan oleh jumrati yang dikaji pada penggunaan *handphone*, sedangkan kajian yang dilakukan oleh peneliti adalah pada gaya hidup mahasiswa yang menggunakan *handphone BlackBerry*.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Nathalia Arviandri (2005), mahasiswi FISIPOL UGM yang berjudul pengaruh *handphone* terhadap gaya hidup dan status sosial pelajar sekolah menengah atas. (kasus pelajar SMA Bopkri 1 Yogyakarta). Hasil penelitiannya adalah adanya persepsi pelajar, bahwa memiliki *handphone* tidak ada kaitannya dengan status sosial. Status sosial dianggap tidak penting dalam memiliki *handphone* yang bagus dan mahal. *Handphone* yang bagus dan mahal tidak bisa “berbicara” tentang status pemiliknya. Apalagi dengan latar belakang pergaulan yang didominasi lingkungan kelas atas yang cenderung homogen, status tidaklah penting bagi mereka, *handphone* yang bagus dan mahal justru merupakan cerminan dari sebuah gaya hidup yang modern, sehingga

sangatlah wajar jika remaja mengikuti arus gaya hidup modern tersebut. Apalagi bagi mereka *handphone* juga menyediakan berbagai fasilitas yang dianggap *fun* dan praktis digunakan sehari-hari. Bagi mereka mempunyai *handphone* yang canggih dianggap sebagai bagian dari aktualisasi diri agar eksistensi mereka diperhitungkan dalam era globalisasi, dimana penampilan menjadi hal yang sangat penting.

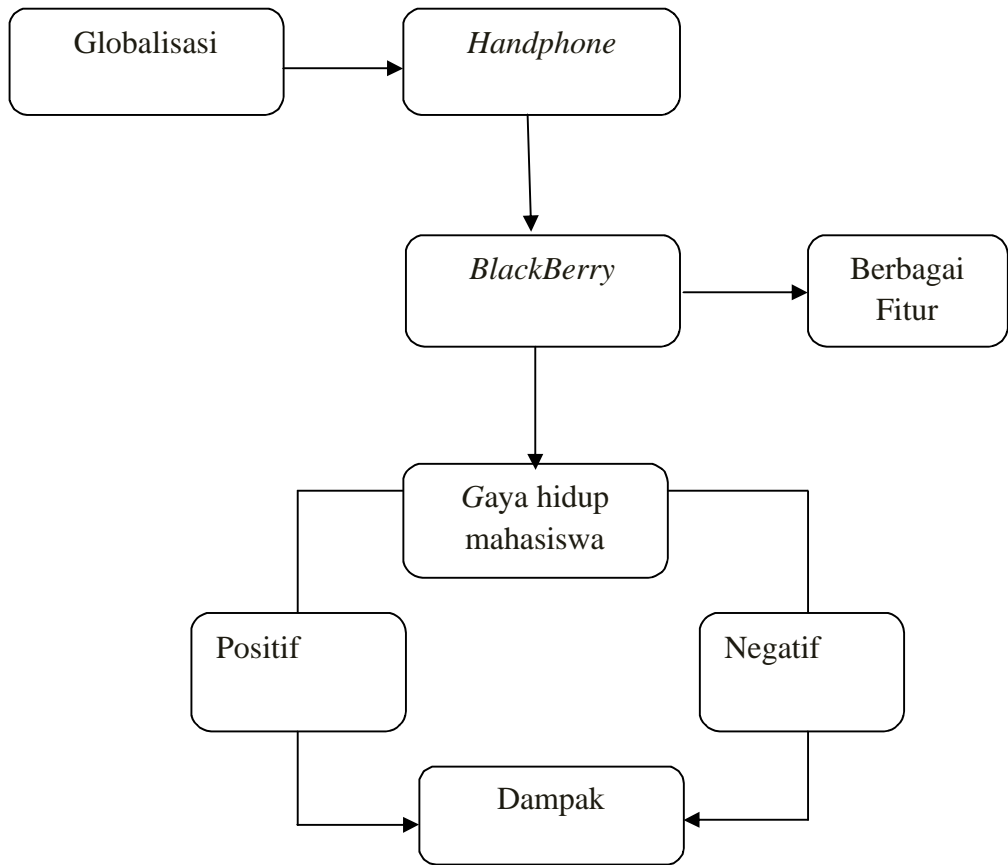
Penelitian ini sama-sama meneliti tentang *handphone*, yang membedakannya adalah pada obyek penelitiannya, yaitu jika peneliti memfokuskan obyeknya pada mahasiswa, penelitian yang dilakukan oleh Nathalia pada siswa SMA.

C. Kerangka Berpikir

Globalisasi merupakan era dimana segala sesuatu, baik dari segi benda, perilaku, serta kebudayaan dapat memasuki ke dalam wilayah negara manapun. Seperti masuknya media teknologi komunikasi berupa *handphone*. Saat ini *handphone* sudah menjadi barang primer bagi masyarakat. Dulu orang berkomunikasi dengan berbicara langsung kepada pihak lain, dan juga menggunakan surat jika jaraknya jauh. Sekarang seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju, orang dapat berkomunikasi melalui *handphone*. *Handphone* saat ini banyak digunakan dikalangan masyarakat, baik dari kalangan mahasiswa, perkantoran, maupun anak-anak sekolah karena memudahkan dalam berkomunikasi.

Seiring dengan kemajuan teknologi seluler yang diciptakan oleh produsen dalam menciptakan berbagai merek dan fitur dalam *handphone*, membuat masyarakat khususnya mahasiswa selalu mengikuti arah keluaran *handphone* yang terbaru dan tercanggih agar dianggap tidak ketinggalan zaman oleh orang lain. Salah satunya adalah *handphone smartphone* yang bermerek *BlackBerry*. *Blackberry* adalah salah satu contoh dari produk *handphone* yang canggih dan mempunyai nama yang terkenal. Adanya berbagai fitur yang menarik yang ditawarkan dalam *handphone* tersebut membuat masyarakat tertarik untuk membelinya. Misalkan seperti adanya fitur *BlackBerry Messenger*, *Yahoo! Messenger*, *push email*, *facebook*, *uber twitter* dan masih banyak lagi aplikasi lainnya.

Masuknya *BlackBerry* di indonesia saat ini dijadikan sebagai gaya hidup masyarakat, khususnya mahasiswa, baik gaya hidup yang positif maupun gaya hidup yang negatif. Adanya gaya hidup yang ditimbulkan dari penggunaan *BlackBerry* memberikan dampak bagi mahasiswa yang menggunakan *BlackBerry*.



Bagan 1. Kerangka pikir