

PENGARUH PENGGUNAAN SMARTPHONE TERHADAP PERILAKU REMAJA

Usman & Yulida Maran¹

ABSTRACT

Cell phones have become one of the requirements for the wider community. Today all people in the world can be connected by a modern communication tool that is supported by the development of sophisticated media and modern communication. One of the media such as the mobile phone is now better known as "smart phones". The rise of smart phone usage among teens sparked a wide range of issues related to individual behavior and social behavior of adolescents themselves. This study used a qualitative approach with descriptive type. The technique of collecting data was taken with a total sampling was 28 people. The data collection techniques used was observation, interviews and focus group discussion. Data were analyzed through several stages: among other subjects through testing credibility, authenticity, triangulation analysis, and intersubjectivity analysis. From the research that has been conducted showed that the use of smart phones in adolescents can meet their needs. Fulfillment of requirements obtained from the use of smart phones in the range of cognitive needs, affective needs, personal integrative needs and requirements as well as the social integrative needs to release tension. Fulfillment of various needs in the above cause a variety of effects, both positive and negative.

Keywords: perilaku, smartphone, komunikasi, informasi

¹ Dosen IAIN Imam Bonjol Padang

A. Pendahuluan

Marcall Mc Luhan dalam Hidayat (2007:187) menyatakan bahwa manusia hidup dalam sebuah *global village* (kampung global) di mana media komunikasi modern memungkinkan jutaan orang di seluruh dunia berhubungan dengan hampir semua wilayah di belahan dunia lainnya (Yoanita, 2013)

Hal ini didukung dengan perkembangan media teknologi informasi dan komunikasi yang semakin beragam dan semakin canggih. Dalam kurun waktu yang singkat semakin banyak media komunikasi yang beredar dalam masyarakat. Hal ini terjadi karena sangat banyak inovasi dan metamorfosis dari media komunikasi. Masyarakat memanfaatkan telepon seluler sebagai salah satu media komunikasi sehingga jarak bukan lagi menjadi sebuah penghalang untuk tetap menyambung silaturahmi.

Dewasa ini, telepon seluler telah menjadi salah satu kebutuhan bagi masyarakat luas, bahkan menjadi kebutuhan primer bagi hampir sebahagian besar masyarakat Indonesia (Sitat dalam Soekarno, 2007). Banyak fasilitas yang ditawarkan oleh telepon ini, mengirim pesan, menelepon, mendengarkan musik, berfoto bahkan menonton televisi online. Seiring dengan perkembangan teknologi, kegunaan telepon seluler tidak hanya berhenti sampai disitu. Produsen yang jeli melihat keadaan pasar, mereka berlomba memanjakan konsumen dengan menghadirkan berbagai macam aplikasi yang membuat hidup semakin lengkap dan mudah. Konsumen dapat "berselancar" di dunia maya dengan telepon seluler kapan saja dan di mana saja, bahkan transaksi bank juga dapat dilakukan hanya dengan memakai telepon seluler.

Salah satu telepon seluler yang banyak beredar di Indonesia adalah *smartphone* atau yang dikenal dengan istilah telepon

pintar. Salah satu jenis *smartphone* yang banyak digandrungi oleh masyarakat ialah *blackberry* yang diproduksi oleh perusahaan asal Kanada. Produk *Blackberry* mulai diperkenalkan di Indonesia pada akhir tahun 2004. Namun belum banyak yang mengenal produk ini, baru sekitar tahun 2009 produk ini dikenal luas oleh masyarakat Indonesia. Sejak saat itu, mulailah konsumen menukar ponsel mereka dengan *Blackberry*, sehingga *Blackberry* menjadi "trend". Namun saat ini bukan hanya *smartphone* dengan merek *Blackberry* yang laku di pasaran, saat ini juga ada *smartphone* dengan tipe android yang semakin meramaikan pasaran telepon seluler.

Bernard Ang, Consumer Electronics Business PT Samsung Electronics Indonesia, saat Forum South East ASEAN menuturkan bahwa tercatat lebih dari 80 % pangsa pasar android di Indonesia dikuasai oleh perusahaan ini. Dari sekian banyak pabrik yang memproduksi *smartphone* android yang hadir di Indonesia, Samsung keluar sebagai vendor yang paling laris. Sedangkan penggunaan *smartphone* di Indonesia saat ini lebih banyak digunakan untuk jejaring sosial 66 % dan untuk chatting 37%. *Smartphone* jarang digunakan untuk menelepon kecuali untuk urusan yang mendesak, konsumen lebih sering membuka *facebook* atau *twitter*. (Suara Merdeka.com, diakses tanggal 6 Juli 2014).

Telepon cerdas (*smartphone*) adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, kadang-kadang dengan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan arti telepon cerdas. Bagi beberapa orang, telepon pintar merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Bagi yang lainnya, telepon cerdas

hanyalah merupakan sebuah telepon yang menyajikan fitur canggih seperti surel (surat elektronik), internet dan kemampuan membaca buku elektronik (*e-book*) dan penyambung VGA. Dengan kata lain, telepon cerdas merupakan komputer kecil yang mempunyai kemampuan sebuah telepon.

Penjualan ponsel pintar di berbagai belahan dunia terus mengalami pertumbuhan. Namun, Gartner mencatat, kawasan Asia Pasifik, Amerika Latin, dan Eropa Timur, menunjukkan tingkat pertumbuhan ponsel pintar tertinggi, masing-masing mencapai 74,1 persen, 55,7 persen, dan 31,6 persen. (Kompas.com, diakses tanggal 5 juli 2014)

Dari uraian di atas dapat dilihat bahwa negara Indonesia merupakan salah satu pasar yang strategis untuk penjualan alat elektronik. Peminat alat elektronik seperti *smartphone* juga memiliki angka penjualan yang cukup baik. Hal ini mengindikasikan bahwa masyarakat Indonesia sudah tidak gagap teknologi lagi. Namun dari segi pemanfaatan masih kurang efektif. Kecenderungan memakai *smartphone* bukan hanya sebagai sarana komunikasi, melainkan ada unsur-unsur latah terhadap *trend* yang sedang berkembang. Hal ini juga senada dengan pengamat produk telekomunikasi Herry S.W. mengatakan masyarakat Indonesia memiliki sifat latah terhadap *gadget* (Tempo.com, 11 Oktober 2013"). Sifat latah inilah yang mendorong mereka - terutam kalangan remaja - berlomba untuk memiliki perangkat bergerak keluaran terbaru.

Remaja memakai *smartphone* bukan hanya sebagai alat komunikasi. Kepemilikan *smartphone* juga dipengaruhi oleh lingkungan pergaulan. Walaupun remaja telah mencapai tahap perkembangan kognitif yang memadai untuk menentukan tindakannya sendiri, namun penentuan diri remaja dalam

berprilaku banyak dipengaruhi oleh tekanan dari kelompok teman sebaya (*peer group*). Hal ini terjadi karena perkembangan sosial pada remaja lebih banyak melibatkan kelompok teman sebaya dibandingkan orang tua. Tidak mengherankan jika kelompok teman sebaya dijadikan sumber referensi utama bagi remaja dalam hal persepsi dan sikap yang berkaitan dengan gaya hidup. Bagi remaja, teman-teman menjadi sumber informasi (Conger:1999).

Beberapa remaja sering mengungkapkan alasan menggunakan *Blackberry* karena temannya menggunakan juga. Seringkali bila remaja yang tidak menggunakan *Blackberry* dianggap sebagai ketinggalan jaman (Yudhistira, 2012). Hal ini terjadi bisa saja dikarenakan adanya kebutuhan mereka untuk tetap bisa berkomunikasi dengan teman-temannya, karena salah satu tugas perkembangan remaja adalah mencapai hubungan yang lebih baik lagi dengan teman-temannya sehingga mereka membutuhkan cara agar tetap bisa berkomunikasi dengan teman-temannya. (Indrawan, 2013)

Dengan demikian, penggunaan *smartphone* di kalangan remaja sangat dipengaruhi oleh lingkungan pertemanan (*peer group*). Agar mereka lebih diterima oleh teman sebaya dan juga dengan alasan memperlancar komunikasi. Namun, berdasarkan penelitian (yani, 2014) ada beberapa pengaruh pemakaian *smartphone* terhadap perubahan perilaku remaja dalam menggunakan *Blackberry* (Yani, 2014) di SLTP 3 Samarinda, perubahan tersebut antara lain:

1. Perubahan perilaku dalam bentuk pengetahuan

Perubahan perilaku dalam bentuk pengetahuan terlihat setelah diadakan penelitian di SLTP 3 Samarinda, yaitu perubahan dalam hal informasi. Remaja SLTP ini setelah dia menggunakan telepon selular *Blackberry* dia menjadi lebih

cepat mendapatkan informasi dibanding sebelum ia menggunakannya, tapi informasi yang didapatkan tidak ada hubungan sama sekali dengan proses belajar mengajar di sekolah.

2. Perubahan dalam bentuk sikap

Penggunaan *Blackberry* juga merubah perilaku remaja dalam bentuk sikap, di mana perubahan sikap itu berupa perasaan senang pada saat menggunakan telepon seluler *Blackberry* dan sebaliknya pada saat remaja itu tidak menggunakannya ia merasa gelisah dan kesepian karena sudah biasa menggunakan ponsel *Blackberry* ini.

3. Perubahan perilaku dalam bentuk tindakan

Penggunaan ponsel *Blackberry* juga mengubah perilaku remaja dalam bentuk tindakan dan perbuatan sehari-hari, seperti; menjadi malas, susah tidur. Dalam hal berinteraksi, setelah menggunakan telepon seluler *Blackberry* remaja lebih suka berinteraksi melalui telepon seluler daripada berinteraksi secara langsung.

Khalayak pengguna media komunikasi, khususnya remaja dilihat sebagai pihak yang aktif, mereka bertanggungjawab dalam pemilihan media yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Media dianggap sebagai salah satu alat untuk pemenuhan kebutuhan mereka.

Teori penggunaan dan pemenuhan kebutuhan menggunakan pendekatan yang fokus kepada audiens, dimana audien adalah khalayak yang secara aktif memilih dan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda dalam mengkonsumsi media.

Dengan kata lain penggunaan media oleh remaja diasumsikan sebagai sebuah perilaku aktif dimana remaja

dengan sadar memilih dan mengkonsumsi media tertentu. McLeod dan Backer (dalam Baran dan Davis, 2000) menyebutkan bahwa seseorang berdasarkan ketertarikan masing-masing akan memilih media mana yang akan dikonsumsinya dan mendapatkan timbal balik berupa pemenuhan kebutuhan yang diinginkannya. Inilah yang menjadi alasan penulis ingin melihat lebih jauh pengaruh penggunaan *smartphone* oleh remaja di Kelurahan Binuang Kampung Dalam terhadap Perkembangan Perilaku Mereka.

B. Rumusan dan Batasan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah “Bagaimana Pengaruh *Smartphone* terhadap Perilaku Remaja di Kelurahan Binuang Kampung Dalam, Kecamatan Pauh Kota Padang dengan batasan masalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan apa saja yang diharapkan para remaja terhadap *smartphone* yang mereka miliki?
2. Sejauhmana pengaruh pemakaian *Smartphone* terhadap perilaku individu remaja?
3. Sejauhmana pengaruh pemakaian *Smartphone* terhadap perilaku sosial remaja?

C. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Tipe penelitian deskriptif merupakan tipe penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi atau memotret situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas dan mendalam (Sugiyono, 2009:289). Penelitian deskriptif juga mempelajari masalah-masalah dan tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi

tertentu, termasuk di dalamnya hubungan-hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, dan proses-proses yang sedang berlangsung serta pengaruh dari suatu fenomena (Nazir, 2009:54-55). Pendekatan kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan mendeskripsikan pengaruh pemakaian *smartphone* terhadap remaja. Subjek penelitian ini adalah remaja yang memakai *smartphone* sebagai sarana komunikasi mereka dengan rentang usia 15-18 tahun sebanyak 28 orang yang tinggal di Kelurahan Binuang Kampung Dalam Kota Padang.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Pada dasarnya, penelitian kualitatif dituntut dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan, dirasakan dan dilakukan oleh partisipan atau sumber data. Penelitian kualitatif harus bersifat "*perspectif emic*", artinya memperoleh data bukan "sebagaimana seharusnya", bukan berdasarkan apa yang difikirkan oleh si peneliti, tetapi lebih kepada "sebagaimana adanya" yang terjadi dilapangan, yang dialami, dirasakan dan difikirkan oleh partisipan/sumber data (Sugiyono, 2009:295-296).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga cara, yaitu melalui observasi wawancara, dan focus group discussion (FGD). Melalui observasi, peneliti tidak hanya mengumpulkan data yang kaya, tetapi juga memperoleh kesan-kesan pribadi dan merasakan suasana situasi sosial yang diteliti. Adapun teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara tidak berstruktur atau dikenal dengan wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan suatu metode pengumpulan data yang didapatkan

langsung melalui proses tatap muka dengan informan, dengan maksud mendapatkan gambaran lengkap tentang masalah yang diteliti. Dengan wawancara tidak terstruktur setiap informan diberi pertanyaan yang sama dan peneliti mencatatnya. Dalam melakukan wawancara selain harus membawa instrumen sebagai pedoman untuk wawancara, peneliti juga menggunakan alat bantu seperti tape recorder dan kamera digital sebagai bahan dokumentasi penelitian.

Kemudian melalui *focus group discussion* (FGD) berupaya menjawab jenis-jenis pertanyaan *how-and why*, bukan jenis-jenis pertanyaan *what-and-how-many* yang khas untuk metode kuantitatif (survei, dsb). FGD dan metode kualitatif lainnya sebenarnya lebih sesuai dibandingkan metode kuantitatif untuk suatu studi yang bertujuan "*to generate theories and explanations*" (Morgan and Kruger, 1993;9)

Teknik FGD digunakan untuk menjangkau jawaban dari para remaja yang berhubungan dengan penelitian tujuannya adalah untuk mendapatkan hasil jawaban yang lebih mendalam, luas dan jelas tentang pengaruh smartphone terhadap perilaku mereka, baik terhadap perilaku individual maupun perilaku sosial remaja tersebut.

E. Kajian Teori

1. Budaya Global dan Media

Desa global adalah konsep mengenai perkembangan teknologi komunikasi dimana dunia dianalogikan menjadi sebuah desa yang sangat besar. Marshall McLuhan memperkenalkan konsep ini pada awal tahun 60-an. Desa global menjelaskan bahwa tidak ada lagi batas waktu dan tempat yang jelas. Informasi dapat berpindah dari satu tempat ke belahan dunia lain dalam waktu yang sangat singkat. Media

komunikasi modern memungkinkan jutaan orang di seluruh dunia berhubungan dengan hampir semua wilayah di belahan dunia lainnya.

Di era sekarang, teknologi sangat erat kaitannya dengan internet. Perkembangan internet itu sangat mempengaruhi kehidupan sosial serta cara berkomunikasi seseorang. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan. Tahun 1998 hanya 500ribu orang yang menggunakan internet, namun dimulai pada tahun 2012 pengguna internet meroket menjadi 63juta orang. Angka itu bahkan diprediksi akan terus meningkat menjadi 139juta orang pada tahun 2015.

Perkembangan yang terjadi terhadap telepon genggam juga semakin mempermudah komunikasi melalui sosial media maupun internet. Hanya dari sebuah *handphone* kita bisa mendapatkan begitu banyak informasi secara singkat. *Smartphone*, itulah sebutan untuk *handphone* canggih yang dapat berfungsi hampir sama dengan sebuah computer jinjing atau laptop namun berukuran jauh lebih kecil. Bila dilihat dari sudut pandang ini, kemajuan teknologi memberikan kita kesempatan untuk hidup secara lebih mudah. Hal tersebut merupakan kemudahan untuk mendapatkan atau juga menyebarkan informasi yang diinginkan.

Perkembangan teknologi pada masa kini yang terus berkembang, sehingga membuat Internet serta banyak sosial media juga semakin berkembang. Walaupun belum ke seluruh bagian Indonesia, namun hal-hal berbau kemajuan teknologi tersebut telah tersebar ke hampir seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Kebanyakan orang yang mengakses internet atupun sosial media di Indonesia ini adalah mereka yang

menggunakan *handphone*. Berdasarkan riset dari lembaga AC Nielsen juga tercatat 95% pengguna ponsel di Indonesia memanfaatkan alat tersebut untuk mengakses Internet. Kini terasa seperti tidak ada batasan dengan orang lain meski mereka berjarak ratusan ribu kilometer dari lokasi seseorang. Hal itu terjadi karena kemajuan di teknologi masa kini. Konsep McLuhan terbukti benar, kini khususnya di Indonesia, banyak sekali manusia yang bergantung pada teknologi dan sangat sulit untuk lepas dari hal-hal seputar teknologi. Bahkan bisa dibayangkan di era ini bila seseorang tidak menggunakan teknologi-teknologi tersebut, orang tersebut tidak dapat diterima dengan baik di lingkungannya (contoh: dalam pekerjaan, beberapa perusahaan memiliki syarat khusus mengenai kemampuan menggunakan berbagai teknologi). Kemajuan teknologi dalam berkomunikasi massa ini telah membawa banyak dampak serta perubahan dalam masyarakat.

Media massa juga ikut memiliki andil dalam memberikan informasi terkait dengan teknologi yang mutakhir. Banyak perusahaan yang mengandalkan produknya melalui usaha iklan. Baik iklan melalui media cetak, media audio maupun media audio visual. Tidak dipungkiri lagi bahwa iklan merupakan salah satu cara yang cukup ampuh untuk mempengaruhi konsumen mengubah persepsi terhadap suatu produk (Noviandra, 2006). Iklan melibatkan media massa yang dapat menyampaikan pesan kepada produsen, dalam hal ini remaja. Mereka dapat dengan mudah mengakses apapun, kapanpun, tanpa mengenal tempat dan waktu. Sehingga tidak jarang terdengar topik dalam pembicaraan remaja pada umumnya berkisar tentang barang-barang *trend* dan produk-produk keluaran terbaru (Piliang, 2011)

2. Pengertian dan Fungsi Media Komunikasi

Secara sederhananya, media komunikasi ialah perantara dalam penyampaian informasi dari komunikator kepada komunika te yang bertujuan untuk efisiensi penyebaran informasi atau pesan tersebut. Sedangkan fungsi media komunikasi yang berteknologi tinggi ialah sebagai berikut (dalam M. Ghojali Bagus A.P, 2010) ;

- a. Efisiensi penyebaran informasi; dengan adanya media komunikasi terlebih yang hi-tech akan lebih membuat penyebaran informasi menjadi efisien. Efisiensi yang dimaksudkan di sini ialah penghematan dalam biaya, tenaga, pemikiran dan waktu. Misalnya, kita memberikan ucapan selamat hari raya Idul Fitri atau Natal cukup melalui SMS, MMS, *e-mail*, *mailist* dan media canggih lainnya. Hal ini lebih disukai karena nilai praktisnya jika dibandingkan dengan mengirimkan kartu lebaran atau kartu Natal dengan waktu yang lebih lama
- b. Memperkuat eksistensi informasi; dengan adanya media komunikasi yang hi-tech, kita dapat membuat informasi atau pesan lebih kuat berkesan terhadap audience/ komunika te. Suatu contoh, dosen yang mengajar dengan multimedia akan lebih efektif berkesan daripada dosen yang mengajar secara konvensional
- c. Mendidik/ mengarahkan/ persuasi; media komunikasi yang berteknologi tinggi dapat lebih menarik audience. Hal yang menarik tentunya mempermudah komunikator dalam mempersuasi, mendidik dan mengarahkan karena adanya efek emosi positif.
- d. Menghibur/entertaint/joyfull; media komunikasi berteknologi tinggi tentunya lebih menyenangkan (bagi yang familiar) dan dapat memberikan hiburan tersendiri

bagi *audience*. Bahkan jika komunikasi itu bersifat hi-tech maka nilai jualnya pun akan semakin tinggi

- e. Kontrol sosial; media komunikasi yang berteknologi tinggi akan lebih mempunyai fungsi pengawasan terhadap kebijakan sosial. Seperti misalnya, informasi yang disampaikan melalui TV dan internet akan lebih mempunyai kontrol sosial terhadap kebijakan pemerintah sehingga pemerintah menjadi cepat tanggap terhadap dampak kebijakan tersebut

Ada banyak motif yang mendorong seseorang untuk menjadikan media massa sebagai salah satu alat pemuas kebutuhannya. Mc Quail (Kriyantono, 2006: 211-212) mengkategorikan motif pengonsumsi media sebagai berikut :

- a. Motif informasi; pengguna dikatakan memiliki motif informasi apabila
 - 1) Dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat
 - 2) Dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia
 - 3) Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah
 - 4) Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat
 - 5) Dapat memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan
- b. Motif identitas pribadi ; pengguna dikatakan memiliki motif identitas pribadi apabila mereka:
 - 1) Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan

- dengan pribadi itu sendiri
- 2) Dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media
 - 3) Memperoleh nilai lebih sebagai seorang mahasiswa
- c. Motif integrasi dan identitas sosial; pengguna dikatakan memiliki motif integrasi dan interaksi sosial apabila mereka;
- 1) Memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial
 - 2) Dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya
 - 3) Dapat menjalankan peran sosial sebagai mahasiswa
 - 4) Keinginan untuk dekat dengan orang lain
 - 5) Keinginan untuk dihargai dengan orang lain
- d. Motif hiburan; pengguna dikatakan memiliki motif hiburan apabila mereka;
- 1) Dapat melepaskan diri dari permasalahan
 - 2) Bisa bersantai dan mengisi waktu luang
 - 3) Bisa menyalurkan emosi
 - 4) Bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan

3. Teori Uses and Gratification

Teori penggunaan dan pemenuhan kebutuhan menggunakan pendekatan yang fokus terhadap audiens. Dimana teori ini mencoba menjelaskan tentang bagaimana audiens memilih media yang mereka inginkan. Audiens/khalayak secara aktif memilih dan memiliki kebutuhan yang berbeda-beda didalam mengkonsumsi media. Menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch. *Uses and Gratifications* meneliti asal mula kebutuhan

secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan, dan menimbulkan pemenuhan dan akibat-akibat yang lain (Wikipedia.org diakses tanggal 6 juli 2014).

Argumen yang dikemukakan oleh Elihu Katz menyatakan bahwasanya lebih penting memperhatikan apa yang dilakukan terhadap media daripada apa yang dilakukan media terhadap khalayak.

Pendekatan manfaat dan gratifikasi melibatkan suatu pergeseran fokus dari tujuan penyampaian pesan ke tujuan penerima pesan. Pendekatan ini berusaha menentukan fungsi apa saja yang dijalankan oleh komunikasi massa terhadap audiennya. (Werner,2007:353)

Katz, Gurevich, dan Haas (1973) memandang media massa sebagai suatu alat yang digunakan oleh individu-individu untuk berhubungan (atau memutuskan hubungan) dengan yang lain. Para peneliti tersebut membuat daftar 35 kebutuhan yang di ambil dari literatur tentang fungsi-fungsi sosia dan psikologis “media massa” kemudian menggolongkannya ke dalam lima kategori:

- a. Kebutuhan kognitif - memperoleh informasi, pengetahuan, dan pemahaman.
- b. Kebutuhan afektif - emosional, pengalaman menyenangkan, atau estetis.
- c. Kebutuhan integratif personal - memperkuat kredibilitas, rasa percaya diri, stabilitas, dan status.
- d. Kebutuhan integratif sosial- mempererat hubungan dengan keluarga, teman, dan sebagainya.

- e. Kebutuhan pelepasan ketegangan - pelarian dan pengalihan

Dalam teori uses and gratifications ditekankan bahwa pengguna aktif untuk menentukan media mana yang harus dipilih untuk memuaskan kebutuhannya. Pengguna mempunyai kebebasan bagaimana mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Upaya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sangat bergantung pada tersedia atau tidaknya media dan kemudahan memanfaatkannya. Kita bisa memahami interaksi orang dengan media oleh orang itu (uses) dan kepuasan yang diperoleh (*gratification*). Khalayak aktif memilih media karena masing-masing pengguna berbeda tingkat pemanfaatan medianya (Blumler, 1979: 265).

Pada dasarnya terdapat lima asumsi dari teori uses and gratification yang dikemukakan oleh Katz, Blumler, dan Gurevitch, yaitu:

- a. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
- b. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak.
- c. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan.
- d. Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat, dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut.
- e. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa khalayak secara sadar dan aktif memilih media komunikasi yang mampu memenuhi serta memuaskan kebutuhan mereka. Masing-masing orang memiliki perbedaan dalam pemanfaatan media yang mereka miliki, khalayak juga yang menentukan bagaimana menggunakan media dan mengetahui apa dampak media tersebut terhadap dirinya.

F. Temuan Penelitian

1. Kebutuhan yang Diharapkan Remaja terhadap Pemakaian *Smartphone*

Sesuai dengan hasil temuan penelitian yang didapatkan di lapangan, terdapat beberapa kebutuhan yang diharapkan oleh remaja dari pemakaian *smartphone*, antara lain:

a. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan, dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk penyelidikan kita (Nurudin, 2009).

Hasil temuan penelitian menunjukkan bahwa remaja yang memakai *smartphone* memiliki motif pemenuhan kebutuhan kognitif. Salah satunya yaitu informasi mengenai tugas-tugas sekolah yang disampaikan oleh ketua kelas melalui media sosial. Jadi, dengan memakai *smartphone* remaja yang menjadi subjek penelitian menjadi lebih mudah untuk mengakses informasi mengenai sekolah mereka.

Selain dari informasi mengenai sekolah, remaja yang menjadi subjek penelitian juga butuh informasi mengenai

topik-topik yang hangat dibicarakan atau yang biasa disebut *trending topic*. Hal ini dibuktikan oleh hasil wawancara yang penulis lakukan.

Ibrahim mengungkapkan bahwa remaja merupakan makhluk sosial yang memiliki kebutuhan untuk bisa tetap terhubung dengan teman-teman sebayanya, untuk bisa berkenalan dengan orang-orang yang berada di lingkungan sekitarnya, dan juga untuk menjalin pertemanan. BBM (Blackberry Messenger) adalah salah satu media menjalin informasi yang bisa digunakan dimana saja dan kapan saja, sehingga membuat BBM sering digunakan oleh orang pada tahap pendidikan SMA. Individu pada tahap pendidikan SMA sendiri termasuk dalam masa remaja yang pada hakikatnya lebih banyak menghabiskan waktu bersama teman-temannya (Parson dalam Hendriyani, 2011)

Dari hasil wawancara dan *Focus Group Discussion* ditemukan kecenderungan sebagian remaja bahwa dengan memakai *smartphone*, mereka mengharapkan agar semakin mudah mendapatkan informasi. Penulis melakukan analisa temuan penelitian melalui *credibility subject*, yaitu dengan menguji jawaban pertanyaan yang berkaitan dengan pengalaman dan pengetahuan mereka yang khas, yaitu pengetahuan tentang *smartphone*. Informan yang di wawancarai menyatakan bahwa mereka mengikuti portal berita online Viva.com, Google, Detik. Com dan beberapa situs berita online lain untuk memenuhi kebutuhan mereka terhadap informasi. Mc Quail (dalam Kriyantono, 2006:211-212) yang mengkategorikan motif pengkonsumsian media, salah satunya ialah motif informasi.

b. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan afektif yang ingin dicapai oleh remaja dengan memakai *smartphone* adalah kebutuhan yang berkaitan dengan penguatan pengalaman yang estetis, menyenangkan, dan emosional.

Hasil temuan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar subjek penelitian yang menjadi informan penelitian menyatakan bahwa pada awal memiliki *smartphone* ada perasaan bahagia. Perasaan bahagia tersebut muncul karena terpenuhinya keinginan informan untuk memiliki *smartphone* karena sebagian besar teman-teman yang berada di lingkungan mereka telah lebih dahulu memilikinya.

Kegiatan emosi seperti merasakan, menilai yang di sebut sikap (afeksi) merupakan rangkaian kegiatan dari perilaku yang respon dari stimulus. Salah satu faktor yang berperan dalam pembentukan perilaku yaitu faktor internal, yaitu faktor yang berasal dari individu itu sendiri berupa kecerdasan, persepsi, motivasi, minat, emosi dan sebagainya untuk mengolah pengaruh dari luar.

c. Kebutuhan Integratif

Kebutuhan pribadi secara integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Remaja yang memakai *smartphone* merasa semakin percaya diri dalam bergaul karena status individual mereka juga dilihat dari apa yang mereka pakai.

Meskipun remaja telah mencapai tahap perkembangan kognitif yang memadai untuk menentukan tindakannya sendiri, namun penentuan diri remaja dalam berperilaku banyak dipengaruhi oleh tekanan kelompok teman sebaya (*peer group*).

Hal ini terjadi karena perkembangan sosial pada remaja lebih banyak melibatkan kelompok teman sebaya dibandingkan orangtua. Tidak mengherankan jika kelompok teman sebaya dijadikan sumber referensi utama bagi remaja dalam hal persepsi dan sikap yang berkaitan dengan gaya hidup. Bagi remaja, teman-teman adalah sumber informasi (Conger:1999).

Kelompok yang mempengaruhi seseorang disebut juga referensi grup. Menurut Solomo Referensi grup adalah individu atau kelompok yang dianggap memiliki relevansi yang signifikan pada seseorang dalam hal mengevaluasi, memberikan aspirasi dalam berperilaku (Prasetijo, 2005).

d. Kebutuhan Sosial Integratif

Kebutuhan sosial secara integratif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman dan dunia.

Hubungan dengan keluarga dirasakan tetap akrab meskipun tidak bertemu secara langsung (*face to face*). Hal ini dirasakan karena banyaknya fitur yang ditawarkan oleh smartphone dalam menjalin komunikasi. Contohnya mereka biasa menggunakan fitur BBM, Line, serta Kakao talk. Beragamnya pilihan untuk berkomunikasi tadi menyebabkan mereka merasa komunikasi semakin menyenangkan, meskipun mereka tidak begitu sering menelpon, tapi keakraban dan intensitas menjalin hubungan tetap mereka rasakan.

Hal di atas sesuai dengan pernyataan Marcall Mc Luhan dalam Hidayat (2007:187) yang menyatakan bahwa manusia hidup dalam sebuah *global village* (kampung global) dimana media komunikasi modern memungkinkan jutaan orang di seluruh dunia berhubungan dengan hampir semua wilayah di belahan dunia lainnya.

4) **Kebutuhan pelepasan Ketegangan**

Kebutuhan pelepasan ketegangan adalah kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.

Smartphone bagi mereka digunakan bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga untuk bermain game sebagai pengisi waktu santai atau untuk menghindarkan diri dari kebosanan. Selain itu, meskipun sedang bermain game mereka juga tidak akan dimarahi oleh orangtua karena kalau mereka pergi ke warnet untuk bermain game otomatis mereka akan berlama-lama berada disana karena keasyikan bermainan sehingga mereka akan dimarahi oleh orangtua.

Remaja memanfaatkan *smartphone*-nya untuk berbagai macam kebutuhan, termasuk kebutuhan akan hiburan. Dengan bermain game lewat *smartphone*, informan penelitian dapat melepaskan kejenuhan mereka terhadap rutinitas yang sedang berlangsung, seperti proses belajar di sekolah. Bahkan ada informan yang sudah memiliki ketentuan waktu untuk bermain *game*.

2. **Pengaruh pemakaian Smartphone terhadap Perilaku Individu Remaja**

Hasil dari Focus Group Discussion, observasi dan wawancara memperlihatkan bahwa ada beberapa pengaruh yang mereka rasakan terhadap pemakaian *smartphone*.

Aktifitas pertama yang dilakukan oleh informan saat bangun tidur ialah mengecek *smartphone*, setelah melakukan pengecekan barulah mereka melakukan kegiatan lain seperti shalat, mandi dan bersiap untuk pergi ke sekolah. Di sekolah, kehidupan remaja ini juga tidak dapat dilepaskan dari benda

tersebut. Mereka menggunakan *smartphone* untuk browsing. Bahkan ada dari mereka yang menggunakan *smartphone* mereka untuk BBM dengan teman selama proses ujian, sehingga ada mereka yang *smartphone*-nya pernah diambil oleh guru. Selain dari dampak yang terjadi di sekolah, mereka juga lalai terhadap tugas rumah mereka. Hal ini terjadi karena mereka main *smartphone* sambil melaksanakan tugas rumah seperti menyapu atau mengerjakan tugas sekolah. Karena kelalaian ini mereka dimarahi oleh orang tua dan diancam kalau *smartphone* mereka akan diambil.

Menurut Hovart (1989), kecanduan tidak hanya terhadap zat saja tapi juga aktivitas tertentu yang dilakukan berulang-ulang dan menimbulkan dampak negatif. Griffiths (Essau, 2008) menyatakan bahwa kecanduan merupakan aspek perilaku yang kompulsif, adanya ketergantungan, dan kurangnya kontrol. Cooper (2000) berpendapat bahwa kecanduan merupakan perilaku ketergantungan pada suatu hal yang disenangi. Individu biasanya secara otomatis akan melakukan apa yang disenangi pada kesempatan yang ada. Orang dikatakan kecanduan apabila dalam satu hari melakukan kegiatan yang sama sebanyak lima kali atau lebih. Kecanduan merupakan kondisi terikat pada kebiasaan yang sangat kuat dan tidak mampu lepas dari keadaan itu, individu kurang mampu mengontrol dirinya sendiri untuk melakukan kegiatan tertentu yang disenangi. Seseorang yang kecanduan merasa terhukum apabila tak memenuhi hasrat kebiasaannya.

Jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku yang ditimbulkan akibat pemakaian *smartphone* yang berlebihan oleh remaja digolongkan ke dalam perilaku yang berlebihan. Mereka memiliki kecenderungan kurang mampu untuk mengontrol perilakunya dan tidak bisa melepaskan diri dari keadaan

tersebut karena ia telah membiasakan diri untuk berada pada situasi perilaku demikian.

Banyak di antara mereka tidak yang menyangkal adanya beberapa dampak yang ditimbulkan dari memakai *smartphone*. Dari hasil diskusi dan wawancara diketahui bahwa ada beberapa remaja pernah diambil *smartphone*-nya oleh guru karena kedapatan menggunakannya selama proses belajar. Mereka juga merasakan dampak lain, seperti kurang disiplin terhadap waktu karena banyak waktu yang mereka habiskan untuk bermain dengan *smartphone*. Sehingga hal itu memicu masalah lain seperti terlambat melaksanakan shalat, terlambat mengumpulkan tugas dan terlambat mengerjakan pekerjaan rumah.

3. Pengaruh Pemakaian Smartphone terhadap Perilaku Sosial Remaja

Beberapa dampak dari kecanduan telepon genggam (Yuwanto, 2010) salah satunya yaitu relasi sosial, berkurangnya kontak fisik secara langsung dengan orang lain. Kemajuan media komunikasi dan informasi juga melahirkan disfungsi sosial yang terjadi akibat pemakaian yang kebablasan. Maksudnya, media komunikasi yang memiliki tujuan untuk memudahkan menjalin komunikasi menimbulkan pengaruh pada kehidupan sosial. Orang lebih menyukai komunikasi di media sosial daripada kehidupan sosial yang ada sehingga kontak fisik di kehidupan nyata menjadi berkurang.

Tidak dipungkiri bahwa *smartphone* juga memiliki beberapa pengaruh pada kehidupan sosial remaja. Saat berada di antara teman-teman, informan asyik main game atau bercakap-cakap di Line sehingga mereka tidak nyambung dengan hal apa yang sedang dibicarakan oleh teman mereka yang lain.

Dari hasil observasi yang penulis lakukan juga terlihat bahwa ada kecenderungan informan untuk bersikap acuh terhadap situasi atau kegiatan yang harus mereka laksanakan saat itu. Contohnya saja selama proses pesantren berlangsung, informan sering ditegur oleh ustad maupun pengawas karena tidak mengindahkan aturan yang berlaku selama proses pesantren berlangsung.

Selama melaksanakan proses penelitian, peneliti melihat dari hasil observasi dan wawancara yang di uji dengan melakukan *triangulation alaysis*, yaitu menganalisis jawaban subjek penelitian dengan meneliti autensitasnya berdasarkan data yang ada. Peneliti mengungkapkan fenomena yang terjadi seperti anak sekolah yang menggunakan telepon seluler sewaktu berkendara dan fenomena para remaja yang sibuk bermain *smartphone* dimana mereka berada.

Daftar Kepustakaan

- Burhan,Bungin. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Indrawan Sarchan, Bellani. 2013. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya Vol.2 No. 2*
- Jelly, Yoanita. *E-Journal Ilmu Komunikasi*, 2013
- Kamelia, Muthia. 2007. *Hubungan Keterpaparan Erotika Media Massa dan Peer Group dengan Perilaku Seksual Remaja*. Karya Tulis Ilmiah Fakulatas Kedokteran , Universitas Andalas

- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Liang, Kwee Soen. 1980. *Masa Remaja dan Ilmu Jiwa Pemuda*. Bandung. Jenmars
- M. Ghajali Bagus A.P., S.Psi. *Buku Ajar Psikologi Komunikasi – Fakultas Psikologi Unair 2010*
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers
- Nazir, M. 2009. *Metodologi Penelitian*. Jakarta:Ghalia Indonesia
- Piliang. Y. A. 2011. *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung. Pustaka Matahari
- Prasetijo, R. I. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi
- Pratiwi. 2005. *Karena Tabu Harus Tahu: Seputar Seksualitas Remaja*. Yogyakarta. Pustaka Anggrek (IKAPI)
- Sri, Rumini. 2004. *Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta. PT. Rinneka Cipta
- Suara Merdeka.com, di akses 6 Juli 2014
- Sarwono, W, Sarlito. 2010. *Psikologi Remaja*. Rajawali Press:2010
- Wikipedia. Org di akses 29 Januari 2014
- Yani, A. 2014. *Perubahan Perilaku Remaja dalam Menggunakan Media Telepon Seluler Blacberry di SLTP Muhammadiyah 3 Samarinda*. E-Journal Ilmu Komunikasi