BAB II

A. Kajian pustaka

1. Teknologi smart phone

Smarthphone adalah...? ketika pertanyaan itu di lontarkan kepada tekoners maka jawabanya adalah...? mungkin jawabannya adalah "Smarthphone dalam arti Indonesia adalah ponsel cerdas" Yup, ini merupakan jawaban yang tidak sepenuhnya betul namun juga tidak sepenuhnya salah. Namun sebagai bahan refrensi untuk tekoners yang mungkin mendapat tugas atau take home untuk mencari tahu apa itu smarthphone ? maka untuk menjawab pertanyaan dari Smarthphone ? tentu tidak sesederhana jawaban di atas bukan ?, maka definisi smarthphone menurut para pakar dan versi publikasi Tekonke adalah sebagai berikut:

1. Definisi smartphone

Jauh sebelum smartphone di ciptakan di tahun 1920 orang baru berbicara mengenai media massa, dan pada tahun 1950 orang berbicara tentang refolusi komunikasi namun alat alat komunikasi belum di temukan dan jauh lebih tuadaripada itu. Definisi Smartphone menurut Pubisher Tekonke: Smartphone atau ponsel pintar atau familiar di sebut sebagai ponsel cerdas atau sebuah perangkat atau produk teknologi berupa telepon

33

¹ Oetama Jacob : *Sejarah media dari gutenberg sampai internet :* yayasan obor Indonesia Jakarta 2006 hal 1

genggam atau mobile versi modern terbaru yang mimilik kelebihan dimana spesifikasi software dan hardware lebih pintar, fungsi yang lebih cerdas dan fitur fitur yang lebih smart dari ponsel versi biasa sebelumnya. Sepertinya definisi ini masih prematur kan ? tapi jangan kawatir Tekonke telah menyiapkan definisi smartphone adalah? Berdasarkan pendapat para pakar atau ahli teknologi sebagai beikut: Smartphone Berdasarkan definisi menurut Pakar teknologi adalah :

Menurut Gary B, Thomas J & Misty E, 2007, smartphone adalah telepon yang internet enabled yang biasanya menyediakan fungsi Personal Digital Assasint (PDA), seperti fitur kalender, agenda , buku alamat, kalkulator, dan catatan.

Menurut David Wood, wakil President Eksekutif PT Symbian OS, "telepon pintar dapat dibedakan dengan telepon genggam biasa dengan dua cara fundamental: bagaimana mereka dan apa yang bisa mereka lakuka" pengertian lainnya memberikan penekanan perbedaan dari dua faktor ini.

Smartphone berdasarkan pembuatnnya adalah?

Ketika masuk pada mengetahui siapakah pencipta smartphone atau ponsel cerdas Maka tekonke mencoba mencari jawaban berdasarkan sudut pandang berbeda bukan orang perorang melainkan produsen smartphone itu sendiri dan dalam tinjauan tim Tekonke, pencipta atau pembuat smartphone pertama di dunia bedasarkan IDC yang di publikasikan oleh aneka forum pada 02/03/2012 tahun lalu adalah Nokia, Samsung dan Apple. Kecenderungan ini hingga saat ini

sepertinya masih terus berkanjut, dimana ketika produsen pembuat smartphone atau ponsel pintar ini masih tetap mendominasi pangsa pasar akan permintaan smartphone di seluruh pasar dunia. Mereka adalah produsen, pencipta atau pembuat smartphone ternama yang mendapatkan jumlah presentase terbesar berdasarkan penelitian International Data Corporation (IDC). Nokia, Samsung dan Apple adalah sebagai pembuat atau pencipta smartphone teratas di Dunia. Dan berdasarkan grafik, di urutan pertama didudiki oleh Nokia, sebagai pembuat smartphone pertama di dunia, dan di urutan kedua adalah Samsung dan tiga teratas menyuslu Apple.

Smartphone berdasarkan fungsinya adalah:

Smartphone atau ponsel pintar berdasarkan fungsinya dapat di klasifikasikan menjadi lebih dari lima fungsi utama, pertama smartphone adalah sebagai pembantu tugas kantor, kedua smartphone sebaga perangkat unik viewer, editing pembuat file atau dokumen dalam format word, TXT, dan PDF, ketiga smartphone sebagai media untuk melakukan push E-mail secara cepat, keempat smartphone berfungsi sebagai sebagai perangkat hiburan, kelima smartphone berfungsi sebagai perangkat untuk mengakses internet dengan jaringan 3G, HSDPA, plus Wi-Fi, dan yang terakhir yang ke enam smartphone berfungsi sebagai alat pengganti perangkat PC Dekstop atau komputer.

Smartphone berdasarkan manfaatnya adalah?

Manfaat utama ponsel pintar (smartphone)dari segi utama yaitu Hardware dan Software:

Dari segi hardware, smartphone adalah perangkat yang memiliki Hardware dan Software yang lebih baik berdasarkan definisi , hardware bermanfaat sebagai penunjangn kinerja smartphone itu sendiri ketika digunakan untuk berbagai macam kebutuhan oleh penggunanya. Contoh adanya processor terbaik dengan kecepatan tertinggi. Manfaat Hardware pada smartphone adalah sebagai penopang kinerja atau aktifitas smartphone secara keselruhan. Contoh berikutnya adalah dipasangnya perangkat keras seperti kamera dengan kualitas terbaik. Kamera dalam smartphone bermanfaat sbagai alat perekan video, melakukan panggilan video dan bahkan mengambil atau mengumpulkan ribuan moment dan pemandangan terbaik kedalam ribuan foto dengan cara yang lebih mudah. Sementara contoh terakhir adalah , adanya memori internal dan eksternal, perangkat keras ini mempermudah pengguna smartphone untuk melakukan penyimpanan data melalui smartphone dengan cara yang hampir mirip dengan Harddisk dan Flas Disk.

Manfaat utama ponsel cerdas (smartphone) dari sisi software adalah:

Ponsel pintar (smartphone) adalah perangkat teknologi modern yang sudah di ketahui dapat menjalankan software lebih baik bahkan software dari pihak ketiga. Manfaat utama dari kemampuan menjalankan softwareini tentu adalah sebagai pembeda smartphone atau ponsel cerdas dengan ponsel versi biasa.dan contoh manfaat smartphone dari sisi sorfware adalah tersedianya layanan akses data. Layanan ini dapat di manfaatkan oleh setiap smartphone untuk memungkinkan penggunanya terhubung dengan konektifitas internet.

setiap saat dimanapun mereka berada, layanan kases data pada smartphone adalah bermanfaat untuk keperluan browsing, Email, Chating hingga posting,. Contoh berikutnya manfaat dari segi banyaknya aplikasi yang tersedia pada sebuah smartphone. Ponsel pintar (smartphone) aalah perangkat yang tidak sekedar digunakan untuk melakukan SMS, menerima dan menjawab panggilan saja, hadirnya pusat aplikasi pada setiap ponsel pintar, maka ponsel cerdas (smartphone) kini dapat di manfaatkan sebagai pendukung bisnis, arena belajar.

2. Komunikasi

a. Ruang lingkup Komunikasi

1.) Pengertian Komunikasi

Dalam kehidupan sehari hari tidak pernah lepas dari yang namnya komunikasi, baik langsung maupun tidak langsung. Komunikasi secara langsung salah satunya adalah dengan cara bertemu dan bertatap muka secara langsung sedangkan komunikasi secara tidak langsung bisa melalui perantara orang ketiga yang menyampaikan pesan nantinya. Hal ini pasti selalu ada di dalam kehidupan bermasyarakat. Apalagi sifat manusia itu

sendiri adalah makhluk sosial yaitu makhluk yang tidak dapat hidup sendiri melainkan perlunya interaksi dengan manusia lainnya. Salah satu bentuk kongkret dari interaksi ini adalah komunikasi tersebut.

Komunikasi atau dalam bahasa inggrisnya *communication*, berasal dari bahasa latin *comunnicatio* dan bersumber dari kata *comunnis* yang berarti: sama; sama di sini maksudnya adalaha: sama makna.² Artinya ide atau lambang yang di sampaikan sama dengan pikiran. Atau memindahkan gagasan melalui lambang-lambang yang di mengerti orang lain, dengan tujuan agar orang lain memahami ayang yang dimaksudkan.

Komunikasi sering di namakan juga sebagai sistem informasi, yaitu segenap unsur yang saling berhubungan dan tidak dapat di pisahkan dalam upaya membuat, menerima dan memberikan sesuatu pada orang lain dengan maksud tertentu. Kaitannya dengan ini, dalam ilmu komunikasi di kenal juga istilah publistik. Banyak yang berbeda pendapat mnegenai kedua istilah tersebut, tetatpi banyak ahli komunikais yang menyamakannya. Perbedaan itu hanya pada aspek historis dan leksikon saja. Mereka sepakat pada arti terminologinya.

Menurut Onong Uchjana Efendi dalam bukunya Yoyon Mudjiono, Komunikasi adalah :

"Proses penyampain suatu pernyataan yang di lakukan oleh seseorang kepada orang lain sebagai konsekuensi dari hubungan sosial".

٠

² Onong Uchjana Efendi, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Remaja Karya, Bandung, 1985, hal. 11

³ Yoyon Mudjiono, *Ilmu Komunikasi*, Jaudar Press, Surabaya 2012, hal 3

Komunikasi berarti proses penyampain sesuatu mengandung arti, lewat media mauput tidak yang berupa gagasan, ide, perasaan, pernyataan dan seabagainya dalam upaya menpengaruhi orang lain agar bertindak sesuai dengan aapa yang di kehendaki.⁴

a. Unsur-unsur komunikasi

1) Komunikator

Komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi jika seseorang menyampaiakn pesan kepada orng lain dengan tujuan tertentu. Artinya komunikasi bisa terjadi jika didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima dan efek. Unsur unsur ini biasanya juga di sebut sebagai komponen komunikasi,atau elemen komunikasi.

Ke efekttifan komunikasi di tentukan oleh etos komunikator. Etos adalah nilai diri seseorang yang merupakan paduan dari kognisi, afeksi, dan konasi. Kognisi adalah proses memahami yang bersangkutan dengan pikiran, afeksi adalah proses memahami yang bersangkutan dengan pikiran, afeksi adalah perasaan yang di timbulkan oleh perangsang dari luar, dan konasi adalah aspek aspek psikologis yang berkaitan dengan upaya atau perjuangan. Ciri efektif tidaknya komunikasi d tunjukkan oleh dampak kognitif, dampak afektif dan dampak behavioral yang timbul pada komunikan.⁵

⁴ Yoyon Mudjiono, *Ilmu Komunikasi*, Jaudar Press, Surabaya 2012, hal 7

⁵ Ali Nurdin dkk. *Pengantar Ilmu Komunikasi,buku perkuliahan Progam S-1 Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya*, , hal 99-103

2) Pesan

Pesan yang di maksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaiakn pengirim kepada penerima. Pesan daat di samapaiakan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya dapat berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasehat, atau propaganda. Dalam bahasa inggris biasanya di terjemahkan dengan kata *message*, *content*, atau *Information*. Pesan bisa dilihat dari beberapa segi di antaranya:

a. Cara menyampaiakan pesan

Melaluin lisan, *face to face*, langsung menggunakan media, saluran atau sebagaimya

b. Bentuk pesan:

1). Informatif

Bersifat memberikan informasi keterang-keterangan fakta, kemudian komunikan mengambil keputusan. Dalam situasi tertentu pesan informatif justru lebih berhasil daripada persuasif, misalnya jika audience adalah kalangan cendikiawan.

2). Persuasif

Berisiskan bujukan, yaitu membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan membawwa perubahan sikap. Akan tetapi berubahnya atas kehendak sendiri bukan di paksa

3) Koersif

Penyampaian pesan bersifat memaksa dan menggunakan saksi saksi apabila tidak di lakukan.

Pesan yang disampaiakan harus tepat, pesan yang mengena harus memenuhi syarat syarat sebagai berikut.:

Umum, jelas dan gamblang, bahasa yang jelas, positif, seimbang penyesuaian dengan keinginan komunikasi

c. Media

Media yang di maksdu disini adalah alat untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai media bermacam macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antar pribadi panca indra dikatakan sebagai media komunikasi. Selain indra manusia ada juga saluran seperti telepon dan aat alat lainnya.

Dalam komunikasi massa, media adalah alat yang dapat menghubungan antara sumber sumber dan penerima yang siafatnya terbuka. Belajar untuk menikmati dan memahami media serta menghargai isi media berarti termasuk kemampuan untuk menggunakan *multiple of acces* (poin akses ganda) untuk mendekati isi media dari berbagai arah yang beragam dan menghasilkan berbagai tingkatan makna di dalamnya.⁶

Berkat perkembangan teknologi massa di jaman modern khususnya di bidang elektronik yang begitu cepat, media elektronik

.

⁶ Stanley J Baran, *Komunikasi massa, budaya dan mellek media jilid 1 edisi 5*, Penerbit Erlangga jakarta 2008, PT Gelora Aksa Pratama

semakin banyak bentuknya dan makin menghaburkan batasan batasan untuk membedakan antara media komunikasi massa dan komunikasi antarpribadi. Hal ini di sebabkan makin canggihnya media komunikasi itu sendiri yang bisa di kombinasikan antara satu sama lain.

d. Komunikan / penerima

Komunikan atau penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh komunikator/sumber. Penerima bisa dari satu orang atau lebih biasa dalam bentuk kelompok, partai atau negara.

Penerima sering disebut dengan berbagai macam istilah seperti khalayak, sasaran, komunikan atau dalam bahasa inggris disebut *audience* atau *reciver*. Dalam proses komunikasi telah dipahami bahwa keberadaan penerima adalah akibat karena adanya sumber. Tidak ada penerima jika tidak ada sumber.

Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi. Karena dialah yang menjadi sasaran komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan apakah pada sumber, pesan atau saluran. Karena itu mengetahui dan memahami kaakteristik penerima khalayak nerarti suatu peluang untuk mencapai keberhasilan komunikasi.

Dilihat secara sosiologis kelompok penerima dapat digambarkan dalam bentuk kerumunan, publik dan massa.⁷ Eruunan adalah orang yang berkumpul dalam suatu tempat atau ruangan yang terlibat dalam suatu

⁷ Wahyu Illaihi, *komunikasi Dakwah*, (Bandung. PT. Remaja Rosdakarya, 2008) hal 88-89

persoalan atau kepentingan yang sama kaena mereka terlibat dalam kepentingan yang sama melalui komunikasi tidak langsung untu mencari penyelesaian atau kepuasan atas persoalan atau kepentingan mereka. Untuk itu publik bukan kelompok yang nyata dan tetap, tetapi bersifat elementer dan tidak memiliki tradisi, disiplin dan peraturan tertentu yang mengikat. Sementara massa adalah orang banyak yang sangat heterogen, tidak terikat oleh suatu tempat dan interaksinya, sangat kurang, demikian masalah yang mereka hadapi masih terpencar pencar. Karena itu cakupan massa lebih luas daripada publik, audiens, atau kerumunan.⁸

c. Tujuan dan Fungsi komunikasi

1. Tujuan Komunikasi

Pada intinya tujuan komunikasi yaitu untuk integrasi sosial. Dengan kata lain, di mana ada komunikasi maka dapat di katakan ada satuan sosial, atau sebaliknya.

Ada beberapa pendapat mengenai tujuan komunikasi adalah yang di kemukakan oleh Colin Cherry (1964), mengatakan "Komunikasi tujuannya pada pembentukan satuan sosial yang terdiri dari individu-individu melalui pengunaan bahasa dan tanda. Memliki kebersamaan dalam peraturan-peraturan, untuk mencapai aktifitas pencapaina tujuan." Harnack dan Fest (1964) yang menuliskan tentangpengambilan keputusan dalam kelompok, memakai istilah "proses interaksi

⁸ Ali Nurdin *Op Cit* . 111

untuk mencapai tujuan pengintegrasian baik antar individu dalam kelompok tadi maupun di luar kelompok tersebut." Di samping itu, Edwin Newman (1948) telah memberikan alternatif, "Komunikasi di upayakan sebagai suatu proses ketika sejumlah orang di ubah menjadi kelompok yang berfungsi."

2. Fungsi Komunikasi

Secara luas fungsi komunikasi tidak hanya di artikan sebagai pertukaran berita dan pesan, namun sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar fakta, data dan ide, dalam sistem sosial, fungsi komunikasi terbagi menjadi beberapa bagian, sebagai berikut :

- a) Informasi : Pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat di mengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan, masyarakat, nasional, internasional dan sebagainya serta orang lain dan agar dapat dimanfaatkan sebagai pengambilan keputusan yang tepat (decision making).
- b) Sosialisasi : Penyedian sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia

-

⁹ B. Aubrey Fisher, op. cit, hal 11

- sadar akan fungsi sosialnya dan akhirnya dapat aktif di dalam masyarakat.
- c) Motivasi : Menyediakan tujuan setiap masyarakat jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihan dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan di kejar.
- d) Perdebatan dan Diskusi : Menyediakan dan saling bertukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah publik; menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum dan agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kepentingan bersama di tingkat internasional mondial, nasional dan lokal.
- e) Pendidikan: Pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentukan watak dan pendidikan ketrampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan.
- f) Memajukan Kebudayaan : Penyebarluasan hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan wawasan masa lalu; perkembangan kebudayaan dengan memeperluar horison seorang, membangun

- imaginasi dan mendorong kreatifitas dan kebutuhan estetiknya.
- g) Hiburan : Penyebarluasan sinyal, simbul, suara, dan image dari drama, tari, kesenian, kesusastraan, musik komedi, olahraga, permainan dan sebagainya untuk rekreasi dan kesenangan kelompok atau individu.
- h) Integrasi : menyediakan bagi bangsa, kelompok dan individu berkesempatan memperoleh berbagai pesan yang mereka perlukan agar mereka dapat saling kenal dan menegerti dan menghargai kondisi, pandangan dan keinginan orang lain.¹⁰

d. Proses Komunikasi

Suatu proses, suatu kelangsungan yang berkesinambungan. Dalam kelangsungsunganya mesti ada orang yang menyampaikan suatu pesan tertentu dan harus ada orang lain yang menerima pesan itu. Jadi dalam proses komunikasi paling sedikit harus ada tiga unsur di antaranya adalah manusia, yang satunya adalah pera. Apabila orang-orang yang terlibat dalam komunikasi itu berjauhan tempatnya atau banyak jumlahnya, maka bertambahlah unsurnya dengan sebuah sarana untuk menyambung pesan tadi kepada orang atau orang-orang yang di jadikan sasaran komunikasi.

¹⁰ Sean McBride, *Many voice one world*, (Edisi: Bahasa Indonesia: Aneka suara satu dunia, PN. Balai Pustaka-UNESCO, cet . Ke-1, Balai Pustaka, Jakarta, 1983, hal. 39-40

Proses komunikasi adalah proses pengoperan pesan dari sumber yang telah dirumuskan oleh komunikator untuk disampaikan kepada komunikan lewat saluran tertentu dengan tujuan tertentu dan diharapkan adanya keberhasilan dari kegiatan tersebut.¹¹

e. Sifat Komunikasi

Ditijau dari sifatnya komunikasi diklasifikasikan sebagai berikut :

- 1) Komunikasi verbal (verbal communication)
 - a) Komunikasi lisan (oral communication)
 - b) Komunikasi tulisan (written communication)
- 2) Komunikasi nonverbal (nonverbal communication)
 - a) Komunikasi kial (gestural/body/ communication)
 - b) Komunikasi gambar (pictorial communication, dll.
- 3) Komunikasi tatap muka (face to face communication)
- 4) Komunikasi bermedia (mediated communication). 12

Komunikasi verbal adalah suatu kegiatan komunikasi antara individu atau kelompok yang mempergunakan bahasa sebagai alat perhubungan. Bahasa itu sendiri menurut Larry L. Barker memiliki tiga fungsi, yaitu; penamaan (naming atau

•

¹¹ Yoyon Mudjiono, *Ilmu Komunikasi*, (Surabaya: jaudar press, 2012), hlm 114

¹² Onong U Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 1984), hal. 53.

labeling), interaksi, dan transmisi informasi. 13 Secara sederhana, pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. 14

Komunikasi berasal dari kata latin "communis" yang artinya "membuat kebersamaan " atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih ,"komunikasi" juga berasal dari bahsa latin lain yaitu "communico" yang berarti membagi.

Komunikasi adalah salah satu aktivitas yang sangat fundamental dalam kehidupan umat manusia. Kebutuhan manusia untuk berhubungan dengan sesamanya di akui oleh hampir semua agama dan telah ada sejak pertama kalai manusia di ciptakan. Sifat manusia untuk menyampaiakn keinginan dan untuk mengetahui hasrat orang lain merupakan awal keterampilan manusia berkomunikasi secara otomatis melalui lambang lambang isyarat, lalu di susul dengan kemampuan untuk memberi arti setiap lambang itu di dlam bentuk bahasa verbal.15

3. Media sosial

a. Pengertian media sosial

¹³ Deddy Mulyana, *loc.cit*.

¹⁵ Nikmah Hadiati S, *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar*. Pasuruan, Lunar Media, 210 hal, 9

Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog aktif.

Definisi lain dari media sosial juga di jelaskan oleh Antony Myfield .Menurutnya media sosial adalah media dimana penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial dan lain sebagainya.¹⁶

Karakteristik Media sosial

Gamble, Teri, dan Michael dalam *Communication Works* sebagaimana dikutip Wikipedia menyebutkan, media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut :

- 1. Pesan yang di sampa<mark>ikan tidak hanya</mark> untu<mark>k s</mark>atu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet
- 2. Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper
- Pesan yang di sampaikan cenderung leb ih cepat di banding media lainnya
- 4. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi

Macam-macam media sosial:

-

¹⁶ Lihat di http://prezi.com/vddmcub ss /social-media-definisi-fungsi-karakteristik/ diakses pada tanggal 03 september 2015, jam 22:20

Berikut adalah macam-macam media sosial yang paling sering di gunakan masyaraka Indonesia:

- 1. Facebook
- 2. Twitter
- 3. Youtube
- 4. Instagram
- 5. BBM

4. Remaja

a. Pengertian remaja

Sering kali kita susah berbicara kepada anak remaja, suah di ajak untuk menuruti kemauan kita, karena pada usia remaja, konflik atau ketidak cocokan sering muncul di usia mereka.

Masa remaja adalah masa transisi atau periode dalam kehidupan manusia yang mengalami beberapaperubahan yang terjadi secara bersamaan. Ketidak remaja mengatasi kondisi menekan karena perubahan tersebut, sering mengakibatkan munculnya gangguan dalam perilakunya. Perubahan yang terjadipada anak remaja, mencakup perubahan: fisik, kognitif, sosial, dan emosioanal.

Perubahan fisik terjadi sebagai akibat masaknya hormon testoteron pada laki-laki dan estogren pada perempuan. Remaja perempuan d tandai dengan menstruasi pertama kalinya dan remaja laki-laki di tandai dengan impi basah,

kemasakan hormon ini berpengaruh pada kematangan organ-organ reproduksi dan perkembangan ciri-ciri seks sekunder.

Perkebangan kognisi remaja mencapai tahap formal operational yang memungkinkan remaja berfikir secara abstrcak dan kompleks, sehingga remaja mampu mengabil keputusan untuk dirinya sendiri.

Perkembangan sosial, di tunjukkan dengan adanya keinginan yang kuat pada remaja untuk melepaskan dirinya dari ikatan keluarga dan lebih melibatkan diri dengan teman sebayanya. Hal ini di lakukan remaja dalam usahanya untuk menemukan identitas dirinya, mendapatkan peran sosial sebagai pribadi deawasa yang mandiri.

Perkembangan emosi, di tantai dengan emosi yang tidak stabil dan penuh gejolak. Perubahan emosi erat kaitannya dengan kemasakan hormon yang terjai pada diri remaja.

Dari sedikit uraian di atas dapat dipahami bahwa perubahan perkembangan yang terjadi pada remaja sering mengakibatkan remaja mengalami keadaan tertekan atau stress. Kemampuan remaja mengatasi berbaga problem, sehingga tidak stress sangat di tentukan oleh seberapa besar dukungan dari keluarga terutama orang tuanya. Makin besar dukungan yang di peroleh ramaja dalam mengatasi berbagai problemnya, makin rendah kemungkinan remaja untuk mengalami stress sehingga terhindar gangguan dalam perilakunya. Komunikasi yang bagaimanakah dengan remaja, agar bisa efektif dan harmonis, sehingga dapat membantu proses perkembangan pribadinya menuju kedewasaan.

b. Komunikasi dengan remaja

Komunikasi baik verbal maupun non verbal pada dasarnya merupakan salah satu objek yang penting dalam proses pendidikan anak.juga merupakan sumber-sumber rangsangan untuk membentuk kepribadian anak. Apabila komunikasi antara orang tua dan anak dapat berlangsung dengan baik, maka masing-masing pihak dapat saling memberi dan menerima informasi, perasaan dan pendapat sehingga dapat di ketahui apa yang di inginkan, dan konflik pun dapat dihindari. Keterbukaan melalui komunikasi ini akan menumbuh kembangkan bahwa anak dapat diterima dan di hargai sebagai manusia. Sebaliknya bila tidak ada komunikasi yang baik maka besar kemungkinan kondisi kesehatan mentalnya mengalami hambatan. Dan dari penelitian yang di peroleh bukti adanya kecenderungan psikopaologi pada anak, di sebabkan kaena adanya hambatan dalam proses komunikasi antara anak dan orang tua, terutama ibunya.

Dalam proses perkembangan kepribadian anak, orang tua juga berperan sebagai pendidik yaitu bertugas untuk menanamkan nilai-nilai moral dan kehidupan yang akan menjadi landasan yang kuat tumbuhnya jiwa dan pribadi ana. Keluarga merupaka wahana bagi anak untuk menimba berbagai ilmu pengetahuan. Melalui ola asu orang tua anak mengenal nilai nilai moral yang ada di alam masyarakat, megenal tindakan yang baik dan buruk sebelum mereka mengembangkan interaksi sosial di luar lingkungan keluarganya. Keberhasilan orang tua dalam mengembangkan nilai nilai moral bukan di sebabkan oleh nilai otoritasnya tetapi lebih pada bagaimana mengkomunikasikan nilai-nilai tersebut yang di sesuaikan dengan tingkat perkembangan intelektualnya. Kenyataannya banyak orng tua yang kurang dapat berkomunikasi dengan anaknya, terutama

dengan anak mereka yang sudah remaja, karena banyak orang tua yang kurang menyadar pentingnya bahwa respon (verbal maupun nonverbal) dalam menanggapi anaknya, menyebabkan hambatan dalam berkomunikasi.

Respon yang sering di utarakan orang tua pada anaknya yang menyebabkan terputusnya reputasinya komunikasi, antara lain adalah: memerintah, mengancam, memperingatkan , mendesak memberi kotbah, menasehati, menyeleseikan masalah memberi kuliah-mengajar, menilai-mengkritik tidak setuju, menyalahkan, mencemooh, membuat malu, menyelidiki, mengusut, menghindar, mengalihkan, perhatian, menertawakan, dan memuji, mensetujui, ungkpan-ungkapan tersebut di atas membuat anak, menghentikan pembicaraan, mempertahankan diri, menyerang, berdebat, merasa rendah diri, tidak menegerti, merasa perasan-perasaanya tidak di benarkan, merasa sedang di interogasi, rasanya kriteria tersebut sering di lakukan oleh orang tua dalam ototritasnya sebagai orang yang harus di patuhi.

Agar komunikasi pada anak tidak terputus perlu kiranya orang tua memahami cara berkomunkasi yang efektif, yaitu di antara lain:

1. Membuka pintu, yaitu ungkapan orang tua yang memungkinkan anak untuk membicarakan lebih banyak, mendorong anak untuk mendekat dan mencurahkan isi hatinya. Dan yang paling penting adalah menumbuhkan pada anak rasa di terima dan di hargai. Bebrapa pernyataan yang bersifat membuka antara lain: " saya mengerti.." Ya..hm.. "Oh ya.." Coba ceritakan lebih banyak.."ibu kok tertaik ya.." Kelihatnyya kamu seneng ya..

- 2. Mendengar Aktif, kemampuan orang tua untuk menguraikan perasaan anak dengan tepat, jadi orang tua mengerti perasaan anak, yang dikirim anak lewat bahasa verbal maupun nonverbalnya. Keuntungan dari mendengar aktif, antara lain: menolong ana untuk tidak takut terhadap perasaan (positif-negatif) mengembangkan hubungan yang sangat dengan orang tua, memudahkan anak memecahkan masalahnya, meningkatkan kemampuan anak untuk mendengar pendapat orang tua, meningkatkan tanggung jawab anak.
- 3. Komunikasi dengan empatik, prinsip komnikasi empatik "berusaha mengerti lebih dahulu, baru dimengerti". Dalam mendengarkan empatik, kita sebagai orang tua berusaha masuk ke dalam kerangka pikiran, perasaan anak dan remaja kita. Kita sebagai orang tua, tidak hanya mendengar dengan telinga tetapi degan mata dan hati. Mata kita mengamati pesan pesan nonverbal yang di ekspresikan oleh anak kita. Kita menggunakan otak kanan sekaligus otak kiri. Mendengar empatik adalah mendengar untuk mengerti baik secara emosional sekaligus intelektual, bukan dengan maksud untuk menjawab, mengendalikan atau memanipulasi orang lain.

Memang tidak mudah membangun komunikasi dengan anak kita yang sudah beranjak usia remaja yang sedang mengalamai gejolak dalam dirinya. Tetapi tidak berarti tidak bisa, pemahaman. Dan penegrtian kita sebagai rang tua memahami kesulitan kesulitan yang di alami oleh anak kita, merupakan hal yang sangat penting. Anak remaja kita membutuhkan pengertian dari orang tuanya bahwa dia

sedang mengalami proses perubahan. Sikap ini akan mendukung terjalinnya komunikasi yang positif dengan anak remaja kita.

Remaja sebagai periode tertentu dari kehidupan manusia merupakan konsep yang relatif baru dalam kajian psikologi. Di negara-negara barat istilah remaja di kenal dengan "*adolesence*" yang berasal dari bahasa latin yang artinya remaja, yang berarti tumbuh menjadi dewasa atau dalam perkembangan menjadi dewasa.¹⁷

Untuk merumuskan sebagai definisi yang menandai tentang remaja tidaklah mudah, sebab kapan masa remaja berakhir dan akapa anak remaja tumbuh menjadi seseorang yang dewasa tidak dapat di tetapkan secara pasti. Kesulitan untuk memastikan kapan berakhirnya masa andolesen ini, di antaranya karena andolesen sesungguhnya merupakan suatu ciptaan budaya, yakni suatu konsep yang muncul dalam masyarakat modern sebagai tanggapan terhadap perubahan sosial yang menyertai perkembangan industri pada abad ke-18, konsep andolesence sebagai suatu periode kehidupan tertentu yang berbeda dari masa anak-anak dan dewasa.

c. Karakteristik remaja

Terlepas dari kesulitan untuk merumuskan definisi dan batas akhir dari remaja, namun dewas ini istilah "andolesen" telah di gunakan secara luas untuk menunjukkan suatu tahap perkembangan antara mas anak-anak dan dewasa, yang di tandai oleh perubahan – perubahan fisik umum serta perkembangan kognitif dan sosial. Batasan usia remaja yang umum di gunakan oleh para ahli adlah antara

1.

¹⁷ Mara'at Samsunuwiyati, (Psikologi perkembangan) Bandung: Remaja Rosda Karya 2008, hal 189

umur 12 hingga 21 tahun. Rentang waktu usia remaja ini biasanya di bedakan atas tiga, yaitu : 12-15 tahun= masa remaja awal,15-18= masa remaja pertengahan, 15-21= masa remaja akhir. Tetapi Monks, Knoer & Haditono, 2001 membedakan atas empat bagian yaitu:

- 1. Masa remaja atau pra pubertas 10-12 tahun
- 2. Masa remaja awal atau pubertas 12-15 tahun
- 3. Masa remaja pertengahan 15-18 tahun
- 4. Dan masa remaja akhir 18-21 tahun.

Remaja awal hingga akhir inilah yang di sebut masa andolesen.

4. Konstruksi Identitas

a. Pengertian konstruksi identitas

Pengetian Identitas sendiri menurut Chirs Barker adalah soal kesamaan dan perbedaan tentang aspek personal dan sosial, tentang kesamaan individu dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan individu dengan orang lain.Dilihat dari bentuknya, Setidaknya ada tiga bentuk identitas, yakni identitas budaya, identitas sosial dan identitas pribadi. Berikut pengertiannya:

1) Idenitas budaya

Identitas budaya merupakan ciri yang mencul karena seseorang itu merupakan anggota dari sebuah etnik tertentu. Itu meliputi pembelajaran tentang penerimaan tradisi, sifat bawaan, agama, dan keturunan dari suatu kebudayaan.

2) Identitas sosial

Identitas sosial terbentuk akibat dari keanggotaan seseorang itu dalam suatu kelompok kebudayaan. Tipe kelompok itu antara lain, umur, gender, kerja, agama, kelas sosial, dan tempat, identitas sosial merupakan identitas yang diperoleh melalui proses pencarian dan pendidikan dalam jangka waktu lama.

3) Identitas pribadi

Identitas pribadi didasarkan pada keunikan karakteristik pribadi seseorang. Seperti karakter, kemapuan, bakat, dan pilihan. Dan lain sebagainya. Sementara pengetian konstruksi identitas menurut Chris Barker adalah banguanan identitas diri, memperlihatkan siapa diri kita sebenarnya dan kesamaan kita dengan sejumlah orang dan apa yang membedakan kita dari orang lain. Sedangkan menurut Stuard & Sundeen konstruksi identitas adalah kesadaran akan diri sendiri yang bersumber dari observasi dan penilaian, yang merupakan sintesa dari semua aspek konsep diri sebagai suatu kesatuan utuh. Seseorang yang mempunyai perasaan identitas diri yang kuat maka akan memandang dirinya berbeda dengan orang lain, unik dan tidak ada duanya. Individu yang memiliki identitas diri yang kuat akan memandang dirinya

sebagai suatu kesatuan yang utuh dan terpisah dari orang lain dan individu tersebut akan mempertahankan identitasnya walau dalam kondisi sesulit apapun.19 Konstruksi identitas dapat kita pahami sebagai persepsi orang

.

¹⁸ Chris Barker, *Cultural Studies, Teori Dan Praktik*, (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2004) Hal. 172.

¹⁹ Chris barker, *cultural studies*, *teori dan praktik*, Hal . 172.

lain dalam menilai diri seseorang melalui catatan atau tulisan. yang ia tulis di media surat kabar seperti rubrik Manufacturing hope yang ditulis oleh Dahlan Iskan di media cetak surat kabar Jawa Pos.

b. Proses konstruksi identitas

1) Konsep Diri

konsep diri atau self consept dapat diartikan sebagai (a) persepsi, keyakinan, perasaan, atau sikap seseorang tentang dirinya, (b) kualitas pensifatan individu tentang dirinya; dan (c) suatu sistem pemaknaan individu dan pandangan orang lain tentang dirinya. Selft consept ini mempunyai tiga komponen, yaitu: (a) perceptual atau physical self consept, citra seseorang tentang penampilan dirinya (kemenarikan tubuhnya), seperti: kecantikan, keindahan atau kemolekan tubuhnya; (b) conceptual atau psychological self consept, konsep seseorang tentang kemampuan(keunggulan) dan tidakmampuan (kelemahan) dirinya, dan masa depannya, serta meliputi juga kualitas penyesuaian hidupnya: honesty, self confidence, indepedence, dan couragie; dan (c) attitudinal, yang menyangkut perasaan seseorang tentang dirinya, sikapnya terhadap keberhargaan, kebanggaan, dan keterhinaannya.

2) lingkungan sosial

lingkungan sosial sangat mempengaruhi terhadap identitas seseorang, seperti yang dikatakan J.M Baldwin, ia menyebutkan bahwa, "Self" sendiri sebagai "an actively origanized concept" yang artinya "self" itu sebagai

konsep yag tersusun rapi. Selanjutnya ia mengemukakan bahwa: "self" tidak ada atau belum ada pada saat manusia dilahirkan, atau pada waktu masih anak-anak. "Self" selanjutnya akan lahir dan terbentuk sebagai hasil dari interaksi dengan lingkungan sosialnya, Misalnya: ibunya, ayahnya, kakaknya dan sebagainya dengan siapa dia selalu berhubungan tiap hari. Dengan kata lain "self" adalah produk daripada sosial.22 Jadi, individu tidak akan menemukan identitas dirinya tanpa adanya benturan atau interaksi dengan lingkungan sosialnya. Lingkungan sosial berpengaruh besar terhadap identitas individu tersebut. Karena, Melalaui interaksi-interaksi dengan lingkungan tersebut ia senantiasa selalu mengkonstruk identitasnya seperti apa yang ia hasilkan dari interaksi dengan lingkungan sosial sekitar.

B. Kajian Teori

1. Teori Tanda Baudrilliard

Teori yang di paparkan oleh seorang akar teori kebudayaan dari perancis ini, Jean P Baudrilliard. Dia menyatakan bahwasanna ketika sesorang mengkonsumsikan sebuah objek yang di konsumsi bukan lagi use atau excange value melainkan symbol value. Makasudnya orng tidak lagi mengkonsumsi objek berdasarkan karena kegunaan atau nilai tukarnya, melainkan karena nilai simbolis yang bersifat abstrck dan terkonstruksi. Objek-objek konsumsi telah berubah menjadi serangkaian kode-kode mirip bahasa. Objek konsumsi saat di mereprensentasikan tanda yang menujuk pada status sosial masyarakat yang di susun secara

hierarki. Objek konsumsi tak memiliki nilai guna lagi dan nilai ukar tetapi ada nilai tanda. Tanda yang muncul dari berbeda-beda yang di konsumsi, tanda yang dapat membuat mereka puas meskipun tidak sesuai dengan kebutuhan mereka.

Dalam Cousumer Society, Baudbilliard menganalogikan konsumsi mas ini dengan bahasa dan sistem tanda masyarakat primitif, manusia sepanjang massa membutuhkan suatu simbol si puja dan di sembah. Jika dahulu ada pohon dan patung sehingga muncul cargo myth. Masyarakat massa kini pun mempunyai kultus kultus sendiriseperti benda-benda, terhadap kemasan citra, televisi, serta konsepkemajuan pertumbuhan.²⁰ Masyarakat pada era sekarang begitu memuja televisi serta berita yang di iklankan dan sebagainya. Sebagai contoh sebagian orang terutama perempuan (remaja) akan sangat menyesal apabila mereka di tinggalakan trend baju ataupn cara berpakaian yang sedang IN saat ini. Padahal tidak ada dampak dalam kehidupan sehari-hari mereka yang begitu mengikuti trend tersebut. Kita juga bisa lihat pada advetorial-advetorial yang ada pada surat kabar. Bagaimana pada acara pembukaan atau peluncuran produk handphone terbaru yang di banjiri pembeli. Yang jadi pertanyaan, yang mereka buuhkan apakah hanya atau lebih dari itu, ? kegunaan yang lebih dari sebuah handphone handphone itu sendiri, lantas apakah yang sebenernya mereka cari.

2. Konstruksi sosial

²⁰ Mudhi Sutrisno dan Hendara Putranto (ed) teori-teori kebudayaan,....., hal. 262

Dalam peneltian ini peneliti menggunakan teori konstruksi sosial. Konstruksi sosial yaitu sebuah teori yang di kembangkan oleh Jesse Delia dan koleganya. Teori ini mengatakan bahwa individu menafirkan dan bertindak menurut kategori konseptual yang ada dalam pikiran.

Realitas tidak menghadirkan dirinya dalam bentuk kasar, namun disaring melalui cara seseoranng melihat sesuatu. Perbedaan kognitif dari individu memainkan perna penting dalam memaknai sesuatu. Individu yag pintar secara kognitif selalu membuat lebih banyak perbedaan daripada individu yang sederhana dalam kognitif (cenderung meniru orang lain).

Konstruksi sosial selalu di hubungkan dengan pengaruh sosial dalam individu kemudian si asumsikan bahwa realitas adalah konstruksi sosial. Substansi teori konstruksi media sosial massa adalah pada sirkulasi informasi yang cepat.

Teori kontruktivisme mengakui bahwa konstruksi personal memilik latar belakang sosial dengan demikian konstruksi personal di pelajari melalui interaksi dengan orang lain. Karenanya, kebudayaan memiliki peran signifikan dalam menentukan makna suatu peristiwa. Budaya dapat mempengaruhi bagaimana tujuan komunikasi di tentukan, bagaimana tujuna harus di capai, sekaligus tipe konstruksi yang di gunakan dalam skema kognitif.²²

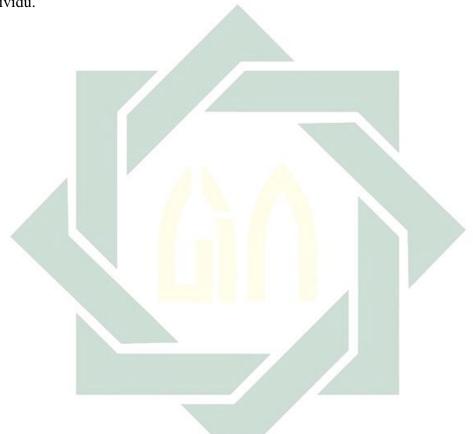
Kaitan teori ini dengan penelitian yang di lakukan adalah peneliti menekankan kepada efek pengguna media yang menginginkan kebutuhan dirinya akan media,

.

²¹ Little John, W Stephen dkk, *Teori komunikasi. Terjemahan Muhammad Yusuf Hamdan*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2009).

²² George kelly, *the Psycology of Personal Contruct*, North, New York, 1995 dalam Morissan, hlm. 167

kondisi psikologis masyarakat yang selalu suka dengan hal-hal baru tersebut sangat dimanfaatkan oleh produsen, dalam hal ini adalah media apa lagi dalam masyarakat yang cenderung konsumtif.²³ Karena dalam penelitian ini dirancang untuk menggambarkan proses penerimaan dalam komunikasi massa dan menjelaskan penggunaan mdia oleh individu atau kelompok-kelompok individu.²⁴



-

²³ Nuruddin, *Pengantar komunikasi massa*, (Jakarta, Raja grafindo persada, 2009) hal, 188
²⁴Op.cit, Elvinaro dkk, *Komunikasi massa suatu pengantar*, hal, 75