

BAB II

KAJIAN TEORETIS

A. Kajian Pustaka

Berikut ini akan diuraikan beberapa konsep dan pengertian yang berkaitan dengan kajian tentang *smartphone* sebagai media komunikasi populer. Beberapa di antaranya adalah penjelasan tentang *smartphone*, sistem operasi dalam *smartphone*, media komunikasi dan macam-macamnya, serta hal-hal yang berkaitan dengan tema penelitian.

1. Pengertian *Smartphone*

Salah satu hasil kecanggihan teknologi komunikasi sekarang adalah *Smartphone*. Jika kita kembali kebelakang melihat sejarahnya bahwa *Smartphone* adalah perkembangan daripada Telepon seluler (ponsel) atau yang bisa kita sebut *Handphone* (HP). *Smartphone* adalah suatu perangkat komunikasi yang telah dibangun didalamnya suatu sistem operasi *mobile* yang memiliki kemampuan lebih dalam bidang komputasi dan koneksi dibandingkan perangkat komunikasi pada umumnya. Seperti layaknya komputer *smartphone* selalu bekerja berdasarkan sistem operasi (*operating system*) antara lain *Android*, *iOS*, *Windows Mobile*, *Linux*, *Blackberry OS*, *Symbian* dan lain-lain yang berfungsi untuk menjalankan aplikasi di dalamnya.¹

Sistem operasi inilah yang mengontrol sistem dan kinerja barang elektronik serta mengintegrasikan *software* dan *hardware* yang ada

¹http://cellphones.about.com/od/smartphonebasics/a/what_is_smart.htm

pada *smartphone* seperti pada perangkat komputer atau PC. Keberadaan *smartphone* sebagai perangkat gerak memungkinkan penggunanya untuk tetap terhubung melalui fasilitas telepon maupun data internet secara bersamaan, inilah yang membedakannya dengan telepon biasa. Fenomena *smartphone* merupakan buah dari perkembangan teknologi dan informatika yang semakin masif. *Smartphone* disebut cerdas karena ponsel ini mempunyai kemampuan tinggi dalam pengoperasannya. Bahkan pada masa modern seperti ini suatu *smartphone* memiliki fungsi touchscreen beresolusi tinggi hingga fungsi untuk mengakses data dengan kecepatan tinggi yang disediakan oleh layanan *Wi-Fi* ataupun *mobile broadband*.

Smartphone pertama kali dikenalkan oleh IBM di tahun 1992 dengan nama Simon. Perangkat ini berisi kalkulator, memori komputer, email, games, notepad, dan faksimile. Kemudian disusul dengan kemunculan *BlackBerry* dan *smartphone* jenis lainnya. *Smartphone* memang telah memenuhi fungsi komunikasi. Pada awalnya, *smartphone* merupakan gabungan fungsi dari suatu *mobile phone* yang umumnya digunakan untuk melakukan proses komunikasi, dengan suatu PDA (*Personal Digital Assistant*) yang digunakan sebagai asisten pribadi dan *organizer*. Lama kelamaan sesuai dengan kebutuhan konsumen yang ada, *smartphone* ini berkembang dengan menambahkan berbagai macam fitur, seperti

portable media players, digital camera bahkan hingga fitur navigasi GPS (*Global Positioning System*).²

Perbedaan yang mencolok antara *smartphone* dan ponsel biasa terletak pada kemampuannya ketika mengakses dan terhubung dengan data-data internet. Ponsel biasa terkadang bisa mengakses internet tetapi kemampuannya lambat dan tidak mampu mengakses berbagai aplikasi. Sistem operasi *smartphone* mengintegrasikan *software* dan *hardware* yang ada didalamnya. Melalui sistem operasi, *smartphone* mirip dengan perangkat komputer. Masing-masing *smartphone* memiliki sistem operasi yang berbeda-beda. Dan setiap sistem operasi memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing.

2. Sistem Operasi Pada *Smartphone*

Seperti halnya sistem operasi pada komputer, Sistem operasi ponsel atau *smartphone* adalah *software* utama yang melakukan manajemen dan kontrol terhadap hardware secara langsung serta mengatur dan mengotrol software lain sehingga software lain tersebut dapat bekerja. Sehingga suatu sistem operasi ponsel (*mobile operating system*) akan bertanggung jawab dalam mengoperasikan berbagai fungsi dan fitur yang tersedia dalam perangkat ponsel tersebut seperti, *skedulling task, keyboard, WAP, email, text message*, sinkronisasi dengan aplikasi dan perangkat lain, memutar musik, kamera dan mengontrol fitur-fitur lainnya.

²http://cellphones.about.com/od/smartphonebasics/a/what_is_smart.htm

Banyak perusahaan ponsel yang membenamkan sistem operasi dalam produknya baik pada PDA, *Smartphone* maupun *handphone*. Perkembangan aplikasi atau game selular sangat cepat sehingga menyebabkan perusahaan pembuat *mobile Operating System* (OS) telah berlomba untuk memasarkan produk-produk mereka dengan menciptakan fungsi-fungsi dan teknologi yang kian hari kian memanjakan pengguna *smartphone* (selular yang ber-OS) dari segi hiburan dan fungsionalitas penggunaan selular untuk memudahkan tugas sehari-hari.³

Selain berfungsi untuk mengontrol sumber daya *hardware* dan *software* ponsel seperti *keypad*, layar, *phonebook*, baterai dan koneksi ke jaringan, sistem operasi juga mengontrol agar semua aplikasi bisa berjalan stabil dan konsisten. Sistem operasi harus dirancang fleksibel sehingga para *software developer* lebih mudah menciptakan aplikasi-aplikasi baru yang canggih. Keunggulan lain dari ponsel yang ber-OS adalah memiliki kebebasan lebih untuk *men-download* berbagai aplikasi tambahan yang tidak disediakan oleh vendor ponsel.⁴ Berikut ini beberapa sistem operasi yang digunakan dalam *smartphone*, antara lain :

a. *BlackberryOS*

Sistem operasi *Blackberry* dikembangkan oleh perusahaan RIM(*Research in Motion*) untuk ditanamkan pada semua jenis ponsel *Blackberry* (BB) produksi mereka. *BlackberryOS* hanya

³<http://informasilive.blogspot.com/2013/03/pengertian-sistem-operasi-pada-ponsel.html>

⁴ Yermias Edward, *Exploring Android On Your Own Pc*, (Yogyakarta : Penerbit Andi), hlm. 4

bisa dipakai pada *smartphone Blackberry*, tidak bisa untuk gadget lain. Fitur unggulan dari *BlackberryOS* adalah *Blackberry Messenger (BBM)* dan *Push Mail*.

b. *iphone (iOS)*

iOS adalah sebuah sistem operasi berbasis perangkat mobile buatan Apple yang bekerja pada perangkat *iPhone*, *iPod touch*, dan *iPad*. *iOS* sendiri mungkin dimaksudkan sebagai perangkat yang selalu terhubung dengan internet sebagai *cloud* utamanya, tetapi juga mewakili desain perangkat yang futuristik dan prestise seperti yang selama ini melekat kepada produk-produk buatan *Apple Inc.* Selain itu memang *iOS* dibuat dengan tujuan perangkat gadget mulai dari *iPod touch*, *iPhone* dan *iPad tablet*.⁵

c. *Android OS*

Android merupakan sistem operasi yang berbasis linux untuk telepon seluler seperti *smartphone* dan komputer tablet. Sistem operasi *Android* dikembangkan oleh *Google Inc.* dan merupakan platform terbuka yang memungkinkan pengguna *gadget Android* menciptakan beragam aplikasi sesuai kebutuhan. Saat ini *Android* tumbuh sebagai *OS* yang paling banyak digunakan pada perangkat ponsel pintar (*smartphone*) di seluruh dunia. *OS Android* memiliki ribuan aplikasi dan jumlahnya terus

⁵http://www.wired.com/beyond_the_beyond/2011/12/42-major-countries-ranked-by-smartphone-penetration-rates/.

bertambah. Karena bersifat *open source*, *Android* bisa diterapkan pada beragam *gadget* yang mendukung komunikasi *mobile*.⁶

d. *Windows Phone*

Windows Phone pada awal kemunculannya bernama *Pocket PC* lalu berubah nama menjadi *Windows Mobile* (2003) dan *Windows Phone* (2010). Sistem operasi ini dikembangkan oleh *Microsoft Corp.* dan digunakan untuk perangkat *mobile* buatan mereka. *Windows Phone* dikembangkan menurut sistem *Cloud Computing* (komputasi awan) dapat berjalan dengan optimal pada jaringan internet dengan kualitas andal.⁷

e. *Symbian OS*

Symbian OS adalah sistem operasi tak bebas yang dikembangkan oleh *Symbian Ltd.* yang dirancang untuk digunakan peralatan bergerak (*mobile*). Saat ini *Symbian* banyak telah banyak digunakan oleh berbagai vendor produk peralatan komunikasi *mobile* pada berbagai jenis produk mereka yang bervariasi. Variasi dari sisi *hardware* ini dimana *Symbian* diimplementasi dapat dimungkinkan karena sistem operasi ini memiliki antarmuka pemrograman aplikasi (*Application Programming Interface*).

API mendukung terhadap komunikasi dan tingkah laku yang umum pada *hardware* yang dapat digunakan oleh objek

⁶Wahana Komputer, *Buku Pintar Memilih Ponsel dan Tablet Berbasis Android*, (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2012), hlm. 2

⁷http://www.wired.com/beyond_the_beyond/2011/12/42-major-countries-ranked-by-smartphone-penetration-rates/.

aplikasi lain. Hal ini dimungkinkan karena API merupakan objek antarmuka yang didefinisikan pada level aplikasi, yang berisikan prosedur dan fungsi (dan juga variabel serta struktur data) yang mengelola atau memanggil kernel dimana sebagai penghubung antara software dan hardware. Dengan adanya standar API ini membantu pihak pengembang untuk melakukan penyesuaian atas aplikasi yang dibuatnya agar dapat diinstal pada produk telepon bergerak yang bermacam-macam.⁸

f. *Bada OS*

Bada adalah sebuah mobile operating System yang telah dikembangkan oleh Samsung Electronics. OS ini di desain untuk high-end smartphones dan lower-end feature phones. Samsung mengklaim bahwa Bada akan menggantikan tempat di dunia property feature phone platform, menggantikan *feature phones* menjadi *smartphones*. Nama Bada Sendiri di ambil dari bahasa Korea yang berarti laut atau samudera. Samsung memperkenalkan platform Bada pada 10 November 2009. Setelah peluncuran, banyak perusahaan seperti Twitter, EA, Capcom, Gameloft dan Blockbuster menunjukkan dukungan mereka kepada platform Bada.⁹

g. *Palm OS*

Palm OS adalah suatu sistem operasi mobile awalnya dikembangkan oleh Palm, Inc untuk asisten digital pribadi (PDA)

⁸<http://supeerblog.blogspot.com/2013/05/macam-macam-sistem-operasi-pada.html>

⁹*Ibid*

pada tahun 1996. Palm OS dirancang untuk kemudahan penggunaan dengan *user interface touchscreen*-berbasis grafis. Hal ini disediakan dengan suite aplikasi dasar untuk manajemen informasi pribadi. Kemudian versi dari OS telah diperluas untuk mendukung smartphone. Beberapa lisensi yang lain diproduksi perangkat didukung oleh Palm OS¹⁰

3. Hal Yang Membedakan *Smartphone* Dengan Ponsel Biasa

a. Sistem Operasi (*Operating System*)

Seperti layaknya komputer, *smartphone* selalu bekerja berdasarkan sistem operasi yang berfungsi untuk menjalankan aplikasi yang berada di dalamnya. Sistem operasi *smartphone* mengintegrasikan *software* dan *hardware* yang ada pada *smartphone*. Setiap *smartphone* memiliki sistem operasi yang berbeda-beda. Misalnya *Blackberry* dengan OS nya yang berbeda dengan *smartphone* lain. Adapun OS yang digunakan dalam *smartphone* antara lain seperti, *Blackberry*, *Android*, *iOS*, *Windows Phone* dan lain-lain.¹¹

b. Surat Elektronik (surel)

Baik ponsel maupun *smartphone* memiliki fitur SMS. Yang membedakan adalah kemampuan *smartphone* untuk mengirim dan menerima *email*, yang tidak dijumpai di ponsel. Sebuah *smartphone* bisa mengatur akun email seseorang sehingga kapanpun ada email masuk, maka ia kan diberi tanda seperti

¹⁰<http://supeerblog.blogspot.com/2013/05/macam-macam-sistem-operasi-pada.html>

¹¹*Ibid*

layaknya menerima SMS. Sejumlah *smartphone* juga bisa memiliki lebih dari satu akun *email*. Bukan hanya *email*, tapi *smartphone* juga bisa untuk membuka layanan *instant messaging* yang lain.

c. Perangkat Lunak (*software*)

Jika saat ini hampir semua ponsel memiliki software terpasang di dalamnya, seperti buku alamat dan kontak, maka *smartphone* memiliki *software* yang bisa melakukan lebih dari apa yang dilakukan sebuah ponsel. *Smartphone* memungkinkan penggunanya untuk edit dokumen seperti, *Microsoft Office*. *Smartphone* juga memungkinkan seseorang untuk bisa *download* aplikasi, edit foto, mendapatkan arah jalan yang benar melalui GPS juga membuat daftar lagu-lagu favorit secara digital.

d. Kecepatan akses (*web access*)

Semua *smartphone* memiliki fitur untuk akses ke internet. Bahkan saat ini sudah dilengkapi dengan fasilitas *WiFi* sehingga memudahkan user untuk mengakses internet. *Smartphone* terbaru bahkan memiliki kecepatan tinggi sehingga akses ke internet bisa dilakukan dengan cepat. Salah satu faktornya adalah adanya teknologi 3G yang sangat pesat dan kini mulai berkembang menjadi 4G, yang pastinya lebih cepat dari 3G.¹²

¹²<http://www.articlesnatch.com/Article/Smartphone—Facts-And-History/796178>

4. Pengertian Media Komunikasi

Media atau *medium* berasal dari bahasa latin yang berarti saluran atau alat untuk menyalurkan dalam pengertian jamak dipakai istilah media, sedang dalam pengertian tunggal dipakai istilah *media*. *Medium* pada prinsipnya ialah segala sesuatu yang merupakan alat sebagai sarana bagi seseorang untuk menyatakan isi jiwa atau kesadarannya atau dengan kata lain medium adalah alat untuk menyampaikan isi jiwa manusia (pesan).

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Pesan-pesan tersebut diterima panca indra selanjutnya diproses dalam pikiran manusia untuk mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu.¹³

Astrid S. Susanto berpendapat tentang pengertian media sebagai berikut, media adalah saluran yang digunakan dalam pengoperan proses lambang-lambang. Pengertian semantik dari media adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai perantara untuk mencapai tujuan dengan demikian media komunikasi adalah segala sesuatu yang dapat dijadikan sebagai alat untuk mencapai tujuan komunikasi yang telah ditunjukkan. Media komunikasi ini dapat berupa barang (*material*), orang, tempat, kondisi tertentu dan sebagainya.¹⁴

Dari pengertian tersebut dapat dipahami bahwa media komunikasi merupakan elemen yang sangat penting dalam proses

¹³Anwar Arifin, *Strategi komunikasi*, (Bandung: Armiko, 1984), hlm. 20

¹⁴Astrid S. Susanto, *Komunikasi Dalam Teori Dan Praktek*, (Bandung: Binacipta, 1988), hlm.

komunikasi yang menjadi saluran (*channel*) antara subyek dan obyek komunikasi. Oleh karena itu, media komunikasi tidak dapat dipisahkan dari unsur komunikasi yang lain karena dapat menentukan keberhasilan proses komunikasi.

Everest M. Roger menjelaskan tentang bentuk media yang terdapat dalam proses komunikasi manusia. Menurut Roger terdapat dua bentuk media ditinjau dari bentuknya yaitu media massa modern dan media massa tradisional. Media digunakan sebagai sarana dan wahana komunikasi untuk penyampaian dari komunikator kepada komunikan. Karena media merupakan alat dalam berkomunikasi, peran media sangat penting sebagai sarana untuk menyampaikan pesan kepada khalayak dalam proses komunikasi antar manusia.¹⁵

5. Bentuk-Bentuk Media Komunikasi

a. Media antar pribadi

Dalam kehidupan sehari-hari media yang paling banyak digunakan dalam komunikasi antar pribadi adalah surat, dikarenakan banyaknya para penduduk yang sudah bisa membaca dan menulis serta meningkatnya sarana pos disamping surat, media yang dapat juga digunakan adalah telepon.

b. Media kelompok

Media kelompok masih banyak ditemukan di masyarakat pedesaan dengan memakai banyak nama seperti balai. Sementara itu masyarakat kota menggunakannya dalam bentuk organisasi

¹⁵Dedy Mulyana, *Human Communication*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), hlm. 237

profesi, pengajian, arisan. Media melibatkan khalayak lebih dari 15 orang.

c. Media publik

Media publik adalah media yang melibatkan banyak orang. Dalam media ini khalayaknya sudah lebih dari 200 orang, misalnya rapat akbar, rapat raksasa dan semacamnya.

d. Media massa

Media massa adalah alat yang digunakan dalam penyampaian pesan dari sumber kepada khalayak (penerima) dengan menggunakan alat-alat komunikasi mekanis seperti : surat kabar, film radio dan televisi. Surat kabar merupakan media massa tertua sebelum ditemukan film, radio dan TV. Surat kabar memiliki keterbatasan karena hanya bisa dinikmati mereka yang bisa membaca, serta lebih banyak disenangi orang tua dari pada anak-anak dan remaja.¹⁶

6. Teknologi Komunikasi

Teknologi komunikasi adalah perangkat teknologi (*hardware* maupun *software*) yang digunakan untuk mendukung proses komunikasi. Pada saat ini, perangkat teknologi komunikasi sudah menjadi kebutuhan penting guna mendukung pencapaian tujuan komunikasi secara lebih optimal. Banyak orang merasa tergantung dengan ketersediaan teknologi ini. Jangankan dalam kehidupan

¹⁶Dedy Mulyana, *Human Communication*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1999), hlm. 237

organisasi, sedangkan dalam kehidupan pribadi pun teknologi komunikasi sudah menjadi kebutuhan.

Penggunaan teknologi komunikasi di masyarakat semakin dibutuhkan mengingat bahwa setiap masyarakat senantiasa ingin mencapai peningkatan kinerja dan produktivitas. Teknologi informasi dan komunikasi merupakan hasil rekayasa manusia terhadap penyampaian informasi dari bagian pengirim ke penerima sehingga pengiriman informasi akan lebih cepat, lebih luas dan lebih lama penyimpanannya.

Saat ini kebutuhan akan teknologi, baik itu teknologi informasi maupun telekomunikasi sangat tinggi dari mulai golongan menengah ke bawah dan menengah ke atas. Semua individu sangat membutuhkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi berkomunikasi. Dengan teknologi komunikasi tersebut diharapkan dapat lebih mudah mengakses informasi. Perkembangan teknologi yang saat ini sangat cepat adalah teknologi komunikasi, yang menghadirkan beragam pilihan bentuk teknologi dan kecanggihannya.

Komunikasi bergerak atau *mobile communication* menjadi tren dan gaya hidup yang semakin digemari. Modernisasi yang disertai industrialisasi, urbanisasi dan peningkatan pendidikan, memaksa telepon khususnya *handphone* menjadi sesuatu yang umum dan urgent dalam masyarakat. Awalnya, mungkin alat komunikasi ini dilihat sebagai barang mewah. Tetapi karena liberalisasi di segala bidang khususnya liberalisasi pasar, *handphone* tidak lagi menjadi barang

mewah. Saat ini hampir setiap keluarga, mungkin setiap individu, memiliki *handphone*. Fenomena *smartphone* merupakan buah dari perkembangan teknologi dan informatika yang semakin masif. Orang sering menamakan *smartphone* sebagai ponsel atau *handphone* cerdas nan pintar. Disebut cerdas karena ponsel ini memiliki kemampuan tinggi dalam pengoprasannya. Secara sederhana *smartphone* diartikan sebagai alat komunikasi yang mengintegrasikan antara perangkat komputer (PC) dan *handphone*, ditambah dengan sistem operasi tertentu.

Dewasa ini masyarakat semakin memiliki kesadaran yang tinggi bahwa investasi pengadaan teknologi komunikasi merupakan kebutuhan yang nyata. Pengadaan teknologi itu seharusnya bukan disebabkan oleh keinginan agar terkesan modern dan tidak ketinggalan zaman, melainkan karena kesadaran akan kemampuan teknologi itu untuk diberdayakan guna meningkatkan efisiensi berkomunikasi.

Keberadaan teknologi komunikasi seharusnya dapat mendukung peningkatan efisiensi berkomunikasi. Artinya, dengan bantuan teknologi itu, maka dapat menghemat tenaga dan waktu, akan tetapi produktivitas dapat ditingkatkan, sekurang-kurangnya dipertahankan. Dengan demikian terdapat pola hubungan positif antara penggunaan teknologi komunikasi dengan efisiensi. Semakin baik penggunaan

teknologi komunikasi maka semakin tinggi pula tingkat efisiensi berkomunikasi di masyarakat.¹⁷

7. Fungsi Media Komunikasi

a. Efisiensi penyebaran informasi

Keberadaan 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

Adanya media komunikasi yang *hi-tech*, kita dapat membuat informasi atau pesan lebih kuat berkesan terhadap *audience* atau *komunikate*. Suatu contoh, dosen yang mengajar dengan multimedia akan lebih efektif berkesan daripada dosen yang mengajar secara konvensional.

c. Mendidik atau mengarahkan

Media komunikasi yang berteknologi tinggi dapat lebih menarik *audience*. Sebagaimana kita pelajari pada bab sebelumnya tentang komunikasi persuasi maka hal yang menarik tentunya

¹⁷Suranto A.W., *Komunikasi sosial Budaya*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), hml. 235-237

mempermudah komunikator dalam mempersuasi, mendidik dan mengarahkan karena adanya efek emosi positif.

d. Menghibur(*entertain*)

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. Misalnya, presentasi seorang marketing akan lebih mempunyai nilai jual yang tinggi jika menggunakan media komunikasi *hi-tech* daripada presentasi yang hanya sekedar menggunakan metode konvensional.

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.¹⁸

8. Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup dapat dipahami sebagai adaptasi aktif individu terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Kepribadian dianggap sebagai penentu gaya hidup, dan oleh karena kepribadian setiap manusia unik, gaya hidup pun unik. Gaya hidup dipahami sebagai tata

¹⁸Widjadja H. A., *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1993), hlm. 23

cara hidup yang mencerminkan sikap-sikap dan nilai dari seseorang. Namun, ketika satu gaya hidup menyebar kepada banyak orang dan menjadi mode yang diikuti, pemahaman terhadap gaya hidup sebagai suatu keunikan tidak memadai lagi digunakan.

Gaya hidup bukan lagi semata-mata tata cara atau kebiasaan pribadi dan unik dari individu, tetapi menjadi suatu identitas yang diadopsi oleh sekelompok orang. Sebuah gaya hidup bisa menjadi populer dan diikuti oleh banyak orang. Mereka tak segan-segan mengikutinya jika dianggap baik oleh banyak orang.

Dalam arus kultur kontemporer, gaya hidup memegang peranan penting dalam membangun eksistensi manusia yang hidup dalam kultur tersebut. Gaya hidup dianggap sebagai cerminan identitas diri seseorang atau sekelompok orang. Gaya hidup dalam arus kultur kontemporer ini kemudian memunculkan dua hal yang sama dan sekaligus berbeda, yaitu alternatif dan diferensiasi. Alternatif lebih bermakna resistensi atau perlawanan terhadap arus budaya mainstream sedangkan diferensiasi mengikuti arus mainstream. Alternatif adalah sebuah bentuk resistensi untuk tidak mengikuti arus kapitalisme sedangkan Diferensiasi adalah suatu pilihan untuk membuat diri berbeda dengan mengonsumsi barang-barang yang ditawarkan pemegang modal atau kapitalis.

Sifat produksi dalam sistem kapitalisme tidak semata komoditi dianggap sebagai benda guna (*use value*), akan tetapi sebagai objek yang mengandung kekuatan daya pesona tertentu dan membentuk

pencitraan diri melalui penciptaan *icon*, yang memberikan status tertentu pada orang yang memakainya. Itulah yang terjadi pada pengaruh budaya korea, menjadikan produk massal yang menyihir berbagai pihak untuk menjadikan pesona budaya korea begitu memikat dan memesona.¹⁹

9. Faktor yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang- barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Gaya hidup seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain :

a. Sikap

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

b. Pengalaman

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

¹⁹Suranto A.W, *Komunikasi sosial Budaya*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2010), hml. 123-125

c. Konsep diri

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

d. Motif

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

e. Kelompok referensi

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

tersebut akan menghadapi individu pada perilaku dan gaya hidup tertentu.

f. Keluarga

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

g. Kelas sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang, dan para anggota dalam setiap jenjang itu memiliki nilai, minat, dan tingkah laku yang sama.²⁰

10. Pola dan Gaya Hidup Masyarakat Modern

Perubahan gaya hidup masyarakat kita merupakan analisis yang tak henti dilakukan oleh para Analis, baik dari bidang marketing, budaya, serta berbagai pihak lainnya yang berkepentingan. Bagi seorang Analis, perilaku konsumen dan perubahan gaya hidup merupakan salah satu kajian dari analisisnya, karena hal itu akan mempengaruhi kemampuan daya beli masyarakat, atau jika orang tersebut mengambil pinjaman, akan mempengaruhi kemampuan pengembalian pinjamannya (*repayment capacity* nya).²¹

²⁰ Sutisna, Prilaku Masyarakat Modern dan Komunikasi Pemasaran, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), hlm. 87-88

²¹Widjadja H. A., *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta : Bumi Aksara, 1993), hlm. 45

Gaya hidup modern sebenarnya merupakan sebuah *life style* (gaya hidup) yang mengikuti pola perkembangan zaman, dengan segala bentuk kemajuan iptek. Gaya hidup bukanlah suatu hal yang baru atau yang aneh lagi dalam kehidupan manusia itu sendiri. Perkembangan dan perubahan tidak dapat dibendung oleh apapun. Ini yang terjadi dalam peradaban manusia. Dari kehidupan yang paling primitive, manusia telah mengalami perkembangan yang luar biasa yang mengarah pada sebuah bentuk gaya hidup modern. Hal ini tentu tak dapat dihindari. Manusia tidak dapat melarikan diri dari segala bentuk kemajuan iptek. Manusia pada dasarnya dituntut untuk mampu beradaptasi terhadap siapa saja, dimana saja, kapan saja dan dalam kondisi apapun termasuk kemajuan iptek.

Konsep gaya hidup modern sudah ada dan akan terus mengalami perubahan dan perkembangan dalam berbagai bentuk. Pada umumnya, para pakar sepakat bahwa ciri utama yang melatar belakangi system atau model apapun dari suatu masyarakat modern adalah derajat rasionalitas (berkaitan dengan tingkatan pikiran manusia) yang tinggi. Artinya, kegiatan-kegiatan dalam masyarakat modern terselenggara berdasarkan nilai-nilai dan dalam pola-pola yang objektif serta efektif. Dengan kata lain, *iptek* adalah kekuatan pendorong bagi sebuah proses transformasi.²²

Gaya hidup kota yang serba praktis memungkinkan masyarakat modern sulit untuk menghindar dari *fast food*. *Fast food* memiliki

²²*Ibid.* hlm. 46

beberapa kelebihan antara lain penyajian yang cepat sehingga tidak menghabiskan waktu lama dan dapat dihidangkan kapan dan dimana saja, higienis dan dianggap sebagai makanan bergengsi dan makanan gaul. Perubahan dari pola makan tradisional ke pola makan barat seperti *fast food* yang banyak mengandung kalori, lemak dan kolesterol, ditambah kehidupan yang disertai stress dan kurangnya aktivitas fisik, terutama di kota-kota besar mulai menunjukkan dampak dengan meningkatnya masalah gizi lebih (obesitas) dan penyakit degeneratif seperti jantung koroner, hipertensi dan diabetes mellitus.

Setiap masyarakat dalam kehidupannya pasti mengalami perubahan-perubahan. Berdasarkan sifatnya, perubahan yang terjadi bukan hanya menuju ke arah kemajuan, namun dapat juga menuju ke arah kemunduran. Perubahan sosial yang terjadi memang telah ada sejak zaman dahulu. Perubahan sosial merupakan gejala yang melekat di setiap masyarakat. Perubahan-perubahan yang terjadi didalam masyarakat akan menimbulkan ketidaksesuaian antara unsur-unsur sosial yang ada didalam masyarakat, sehingga menghasilkan suatu pola kehidupan yang tidak sesuai dengan fungsinya bagi masyarakat yang bersangkutan.

Modernisasi merupakan proses menjadi modern. Istilah modern berasal dari kata modo yang artinya yang kini. Sehingga, modernisasi dapat diartikan sebagai cara hidup yang sesuai dengan situasi yang kini ada, atau konteks masa sekarang. Apabila cara hidup suatu

masyarakat seperti yang diwariskan oleh nenek-moyang atau generasi pendahulunya, masyarakat tersebut disebut masyarakat tradisional. Istilah tradisi berasal dari kata traditum yang artinya warisan. Tekanan pengertian modernisasi adalah pada teknologi dan organisasi sosial.

Menurut Samuel Huntington proses modernisasi mengandung beberapa ciri pokok sebagai berikut:

1. Merupakan proses bertahap, dari tatanan hidup yang primitif-sederhana menuju kepada tatanan yang lebih maju dan kompleks
2. Merupakan proses homogenisasi. Modernisasi membentuk struktur dan kecenderungan yang serupa pada banyak masyarakat. Penyebab utama proses homogenisasi ini adalah perkembangan teknologi informasi, komunikasi dan transportasi.
3. Merupakan proses yang tidak bergerak mundur, tidak dapat dihindarkan dan tidak dapat dihentikan
4. Merupakan proses progresif (ke arah kemajuan), meskipun tidak dapat dihindari adanya dampak
5. Merupakan proses evolusioner, bukan revolusioner; hanya waktu dan sejarah yang dapat mencatat seluruh proses, hasil maupun akibat-akibat serta dampaknya.²³

²³*Ibid.* hlm. 47

B. Kajian Teori

Pada kajian teori ini akan diuraikan teori yang akan digunakan dalam dalam penelitian. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and gratification* (penggunaan dan pemenuhan kepuasan). Teori ini merupakan salah satu teori komunikasi dimana titik berat penelitian dilakukan pada pemirsa sebagai penentu pemilihan pesan dan media.

1. Teori Kegunaan dan Kepuasan

Teori penggunaan dan pemenuhan kepuasan membahas tentang apa yang dilakukan orang pada media, yaitu menggunakan media untuk pemuas kebutuhannya. Pemirsa dilihat sebagai individu aktif dan memiliki tujuan, mereka bertanggung jawab dalam pemilihan media yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan mereka dan individu ini tahu kebutuhan mereka dan bagaimana cara memenuhinya. Media dianggap hanya menjadi salah satu cara pemenuhan kebutuhan dan individu bisa jadi menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka, atau tidak menggunakan media dan memilih cara lain. Teori ini menggunakan pendekatan yang berfokus terhadap *audience member*. Dimana teori ini mencoba menjelaskan tentang bagaimana audien memilih media yang mereka inginkan. Dimana mereka merupakan audien atau khalayak yang secara aktif memilih dan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda di dalam mengkonsumsi media.²⁴

²⁴Richard West dan Lynn Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta : Salemba Humanika, 2008), hlm. 102

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 kebutuhan dan akibat-akibat lain. Sebagaimana yang diketahui, bahwa kebutuhan manusia yang memiliki motif yang berbeda-beda. Dengan kata lain, setiap orang memiliki latar belakang, pengalaman dan lingkungan yang berbeda. Perbedaan ini tentunya berpengaruh pula kepada pemilihan konsumsi akan sebuah media.

Teori *uses and gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer and katz percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alasan khalayak untuk menggunakan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Teori ini juga menyatakan bahwa media dapat mempunyai pengaruh jahat dalam kehidupan.

Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan berargumentasi bahwa kebutuhan manusia yang memengaruhi bagaimana mereka menggunakan dan merespon saluran media. Teori ini menunjukkan

bahwa yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadinya dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.²⁵

2. Asumsi Teori Kegunaan dan Kepuasan

Teori kegunaan dan kepuasan memberikan sebuah kerangka untuk memahami kapan dan bagaimana media individu menjadi lebih atau kurang aktif dan konsekuensi dari keterlibatan yang meningkat atau menurun. Banyak asumsi kegunaan dan kepuasan secara jelas dinyatakan oleh para pencetus pendekatan ini (Katz, Blumler dan Gurevitch, 1974), mereka menyatakan bahwa terdapat lima asumsi dasar teori kegunaan dan kepuasan.

- 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 kepada para peneliti.

²⁵Onong Uchjana Effendy, Ilmu, *Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 1993), hlm. 294

- e. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak.

Asumsi teori ini mengenai khalayak yang aktif dan penggunaan media yang berorientasi pada tujuan yang cukup jelas. Anggota khalayak individu dapat membawa tingkat aktivitas yang berbeda untuk penggunaan media mereka. Anggota khalayak juga berusaha untuk menyelesaikan tujuannya melalui media. McQuil dan koleganya (1972) mengidentifikasi beberapa cara untuk mengklasifikasikan kebutuhan dan kepuasan khalayak. Klasifikasi tersebut mencakup pengalihan (*diversion*), yang bisa didefinisikan sebagai keluar dari rutinitas atau masalah sehari-hari; hubungan personal (*personal relationship*), yang terjadi ketika orang menggunakan media sebagai ganti temannya; identitas personal (*personal identity*), atau cara untuk menekankan nilai-nilai individu; dan pengawasan (*surveillance*), atau informasi mengenai bagaimana media akan membantu individu mencapai sesuatu.²⁶

Asumsi kedua kegunaan dan kepuasan menghubungkan kepuasan akan kebutuhan pada pilihan terhadap sebuah media yang berada di tangan khalayak. Karena orang adalah agen yang aktif, mereka mengambil inisiatif. Seseorang memilih acara komedi ketika ia ingin tertawa dan acara berita ketika seseorang ingin mendapatkan informasi, tetapi tidak ada seorang pun memutuskan untuk kita apa yang kita inginkan dari sebuah media atau bagian isinya. Seseorang

²⁶Richard West dan Lynn Turner, *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*, (Jakarta : Salemba Humanika, 2008), hlm. 104

mungkin akan memilih acara berita karena ia ingin dihibur. Implikasi yang ada disini adalah khalayak mempunyai banyak sekali otonomi dalam proses komunikasi massa. Asumsi ketiga bahwa media berkompetensi dengan sumber lainnya untuk kepuasan akan kebutuhan berarti bahwa media dan khalayaknya tidak berada dalam kevakuman. Keduanya adalah bagian dari masyarakat luas dan hubungan antar media dan khalayak dipengaruhi oleh masyarakat.

Asumsi keempat kegunaan dan kepuasan adalah masalah metodologis mengenai kemampuan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang andal dan akurat dari konsumen media. Untuk berargumen bahwa khalayak cukup sadar diri akan penggunaan media, minat serta motivasi mereka sehingga mereka dapat memberikan kepada peneliti sebuah gambaran akurat menyatakan kembali keyakinan akan khalayak yang aktif, Hal ini juga mengimplikasikan bahwa orang sadar akan aktivitas ini. Bahkan penelitian awal mengenai kegunaan dan kepuasan mencakup menanyakan kepada responden mengenai mengapa mereka mengkonsumsi media tertentu.

Asumsi kelima juga sedikit berbicara mengenai khalayak daripada mengenai mereka yang melakukan studi mengenai ini. Hal ini menyatakan bahwa peneliti harus mempertahankan penilaiannya mengenai hubungan antara kebutuhan khalayak akan media atau muatan tertentu. Teoretikus kegunaan dan kepuasan berargumen bahwa karena individu khalayak yang memutuskan untuk

menggunakan isi tertentu untuk tujuan akhirnya, nilai muatan media dapat dinilai hanya oleh khalayaknya. Menurut teoretikus dalam kegunaan dan gratifikasi, bahkan muatan murahan yang ditemukan dalam beberapa acara bincang-bincang mungkin berfungsi jika muatan ini memberikan kepuasan untuk khalayaknya.²⁷

3. Khalayak Aktif

Teori yang didasarkan pada asumsi bahwa konsumen media adalah aktif harus menjelaskan apa yang dikatakan sebagai “khalayak aktif”. Mark levy dan Sven windahl (1985) menjawab masalah ini. Sebagaimana dipahami secara umum oleh peneliti gratifikasi, istilah “aktivitas khalayak” merujuk pada orientasi sukarela dan selektif oleh khalayak terhadap proses komunikasi. Singkatnya, hal ini menyatakan bahwa penggunaan media dimotivasi oleh kebutuhan dan tujuan yang didefinisikan oleh khalayak itu sendiri dan bahwa partisipasi aktif dalam proses komunikasi mungkin difasilitasi, dibatasi atau mempengaruhi kepuasan dan pengaruh yang dihubungkan oleh eksposur. Pemikiran terbaru juga mengatakan bahwa aktivitas khalayak paling baik dikonseptualisasikan sebagai sebuah variabel konstruk dengan khalayak mempertunjukkan berbagai jenis dan tingkat aktivitas.

Jay G. Blumler (1979) juga menawarkan beberapa saran jenis aktivitas khalayak yang dapat dilakukan oleh konsumen media. Termasuk didalamnya kegunaan, kesenjangan, selektivitas dan

²⁷Ibid. hlm. 107

kesulitan untuk mempengaruhi. Pertama, media memiliki kegunaan bagi orang dan orang dapat menempatkan media pada kegunaan tersebut. Istilah tersebut disebut kegunaan (*utility*). Kesenjangan (*intentionality*) terjadi ketika motivasi orang menentukan konsumsi mereka akan media. Jenis ketiga dari aktivitas khalayak adalah selektivitas (*selectivity*), yaitu bahwa khalayak menggunakan media dapat merefleksikan ketertarikan dan preferensi mereka. Akhirnya, kesulitan untuk mempengaruhi (*imperviousness to influence*) menyatakan bahwa khalayak membentuk pemahaman mereka sendiri dari isi dan bahwa makna memengaruhi apa yang mereka pikirkan dan lakukan. Mereka sering kali secara aktif menghindari jenis pengaruh media tertentu.

Kegunaan dan kepuasan juga membedakan antara aktivitas dan keaktifan untuk memahami dengan lebih baik tingkatan dari aktivitas khalayak. Walaupun istilah ini saling berhubungan, aktivitas (*activity*) lebih merujuk kepada apa yang dilakukan oleh konsumen media. Keaktifan (*activeness*) lebih dekat dengan apa yang benar-benar menarik minat peneliti dalam kegunaan dan kepuasan; kebebasan dan otonomi khalayak dalam situasi komunikasi massa. Keaktifan bersifat relatif, beberapa orang merupakan partisipan yang aktif di dalam proses komunikasi massa; yang lainnya lebih pasif.²⁸

²⁸Ibid. hlm. 110

4. Pengaruh Media

Teori kegunaan dan kepuasan sebagian dikembangkan untuk membantu menyelesaikan masalah yang penting bagi teoretikus komunikasi massa. Bagaimana mereka tetap berpegang pada pemikiran mengenai pengaruh media dimana-mana. Beberapa peneliti dalam bidang kegunaan dan kepuasan percaya bahwa nilai teori ini terdapat dalam kemampuannya untuk mengklarifikasi bagaimana pengaruh dapat dan benar-benar terjadi.

Proposisi mengenai pengaruh media mungkin dapat dihasilkan dari kepuasan. Pertama, kita mungkin menyatakan bahwa motivasi kognitif akan memfasilitasi perolehan informasi. Kedua, konsumsi media untuk tujuan pengalihan dan pelarian akan membantu penerimaan khalayak akan persepsi situasi sosial sesuai dengan penggambaran yang sering kali ditemukan dalam materi hiburan. Ketiga, keterlibatan dalam materi media untuk alasan identitas personal cenderung akan meningkatkan dampak penguatan.

Dengan kata lain bahkan ketika khalayak aktif, ketika mereka menentukan untuk diri mereka sendiri penggunaan yang ingin mereka lakukan terhadap media massa dan kepuasan yang mereka cari dari penggunaan tersebut. Para teoretikus kegunaan dan kepuasan ini menunjuk pada dua kelompok kremitas yang membuat jelas keyakinan mereka bahwa penggunaan orang terhadap media kepuasan yang mereka cari darinya terkait dengan dunia dimana mereka hidup. Katz dan koleganya (1974) menulis bahwa situasi sosial dimana orang

menemukan diri mereka terlibat dalam menghasilkan kebutuhan yang berhubungan dengan media dalam lima cara.

Pertama, situasi sosial dapat menghasilkan ketegangan dan konflik menuntun pada tekanan untuk meredakan hal ini melalui konsumsi media. Maksudnya, kita hidup di dunia dan peristiwa-peristiwa di dalamnya dapat memaksa kita untuk mencari media dan muatan tertentu. Kedua, situasi sosial dapat menghasilkan sebuah kesadaran akan masalah yang meminta perhatian, informasi mengenai apa saja yang bisa didapatkan dalam media. Secara sederhana dapat dikatakan, dunia dimana kita hidup terdiri atas informasi yang membuat kita menyadari segala sesuatu yang menarik perhatian kita, dan kita dapat menemukan lebih mengenai minat kita melalui media.

Ketiga, situasi sosial dapat meruntuhkan kesempatan hidup yang sesungguhnya untuk memuaskan kebutuhan tertentu, dan media dapat menjadi pengganti atau suplemen. Dengan kata lain, terkadang situasi diri anda membuat media menjadi sumber yang paling baik jika bukan yang satu-satunya. Keempat, situasi sosial seringkali memunculkan nilai tertentu dan afirmasi serta penekanan mereka dapat difasilitasi oleh konsumsi materi media yang berkaitan. Kelima, situasi sosial menuntut kefamiliaran dengan media, tuntutan ini harus dipenuhi untuk mempertahankan keanggotaan dalam kelompok sosial tertentu.²⁹

²⁹Ibid. hlm. 114