

PERNYATAAN KEASLIAN KARYAPENULISAN SKRIPSI

Bismillahirrahmanirahim

Yang Bertanda tanggan dibawa ini,saya:

NAMA

: RETNO WIJIANTI

NIM

: B06208130

Prodi

: Ilmu Komunikasi

Alamat

: Kerajan1 Sukobendu Mantup Lamongan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1) Skripsi ini tidak pernah dikumpulkan Kepada Lembaga pendidikan tinggi mana pin untuk mendapatkan gelar akademik apapun

2) Skripsi ini benar-benar hasil karya saya secara mandiri dan bukan merupakan hasil plagiasi atas karya orang lain

3) Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini sebagai hasil plagiasi,saya akan bersedia menanggung segala konsenkuensi hukum yang terjadi.

Surabaya, 18 Juli 2012 Yang menyatakan,

BF116668382

Retno Wijianti

B06208130

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Retno Wijianti

NIM : B06208130

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul :GAYA KOMUNIKASI PENGGUNA BBM

(BLACKBERRY MESSENGER) (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel

Surabaya)

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 18 Juli 2012 Dosen Pembimbing,

Ketua,

Drs. H.M. Hamaun Sulhan, M.Si. NIP. 19540312/198203 1 001

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Skripsi oleh Retno Wijianti ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi

Surabaya, 10 Juli 2012

Mengesahkan Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Dakwah

Dekan,

Dr. H. Aswadi, M.Ag NIP 19600412 199403 1 001-/

Ketua,

Drs. H.M. Hamaun Sulhan, M.Si. NIP. 19540312/198203 1 001

Sekretaris,

Advan Navis Zubaidi, S.ST, M.Si NIP. 19831118 200901 1 006

Penguji I,

/\ ~

Drs. Agoes Moh. Moefad, SH, M.Si NIP. 19700825 200501 1 004

Penguji II,

Dr. Nikmah Hadiati Salisah, S.IP, M.Si NIP. 19730114 199903 2 004

ABSTRAK

Retno Wijianti, B06208130, 2012. GAYA KOMUNIKASI PENGGUNA BBM (*Blackberry Messenger*): Studi pada Mahasiswa Ilmu komunikasi. Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : Gaya Komunikasi, Penggunaan BBM (Blackberry Messenger)

Ada satu persoalan yang hendak dikaji dalam skripsi ini, yaitu : Gaya komunikasi pengguna BBM (*Blackberry Messenger*) pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi

Untuk mengungkapkan persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, dalam penelitian ini digunakanlah metode Deskripsi Kulalitatif, yang berguna menganalisis berupa kata-kata tertulis maupun lisan fenomena pengguna BBM (*Blackberry Messenger*) pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Dari hasil temuan ditemukan bahwa Gaya komunikasi pengguna BBM (Blackberry Messenger), mempunyai gaya komunikasi dengan simbol cara bahasa khas yang mana sesama pengguna BBM (Blackberry Messenger), pada mahasiswa Ilmu Komunikasi gaya komunikasinya lebih banyak menggunakan simbol-simol bahasa seperti` simbol musik. Auto Text, Animasi, Fancy Smiley, yang mencadi ciri khas unik,lucu. gaya komunikasi tersebut merupakan bahasa tidak baku dengan tujuan mengakrabkan diri pada sesama pengguna BBM pada mahasiswa Ilmu komunikasi.

saran yang bersifat membangun, demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini, Semoga kritikan dan saran yang peneliti terima dapat mendorong kemajuan dan menambah wawasan peneliti dibidang keilmuan sesuai dengan kemajuan zaman.

Hendaknya hasil penelitian ini dapat menambah dan memberikan masukan dalam rangka pelaksanaan Akademik. khususnya dibidang pengembangan Ilmu Komunikasi, serta dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut yang terkait dengan penelitian ini. Bagi Mahasiswa semoga dengan adanya perkembangan teknologi informasi, dan telekomunikasi, dapat digunkan untuk menghasilkan aspek pemanfaatan yang lebih besar.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	
DAFRAT TABEL	
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I : PENDAHULU <mark>A</mark> N	
A. Konteks Penelitian	
B. Fokus Penelitian	T C
C. Tujuan Penelitian	
D. Manfaat Penelitian	
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	
F. Definisi Konsep	
G. Kerangka Pikir Penelitian	
H. Metode Penelitian	
Pendekatan dan Jenis Penelitian	
Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian Janis dan Sumbar Data	
3. Jenis dan Sumber Data	
4. Document	
5. Tahapan penelitian	17

I.	I. Teknik Pengumpulan Data			
J.	J. Teknik Analisis Data			
K.	Teknik Keabsahan Data	21		
L.	Sistematika Pembahasan	22		
BAB II K	AJIAN TEORITIS	24		
A.	Kajian Pustaka	24		
	1. Gaya Komunikasi	24		
	2. Pengertian Blackberry Messenger	39		
	3. Perkembangan Blackberry Messanger	41		
	4. Simbol - simbol dari BBM (Blackberry Messanger)	47		
	5. Kajian Teori	53		
BAB III P	PENYAJIAN DATA	58		
A.	Deskripsi Subyek, Objek dan Lokasi Penelitian	58		
	1. Subyek Penelitian	58		
	2. Obyek Penelitian			
	3. Deskripsi Lokasi penelitian	61		
B.	Deskripsi Data Penelitian.	67		
	1. Profil Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah			
	IAIN Sunan Ampel yang Menggunkan BBM Blackberry			
	Messanger	.67		
BAB IV A	NALISIS DATA	.78		
A.	Temuan Penelitian	.78		
	1. Gaya Komunikasi	.78		
	2. Pengguna BBM (Blackberry Messenger)	.81		
B.	Konfirmasi Dengan Teori	.82		
BAB V PI	ENUTU	.85		
A.	Kesimpulan	.85		
В.	Rekomendasi	.85		
DAFTAR	PUSTAKA			
DAFTAR	LAMPIRAN			

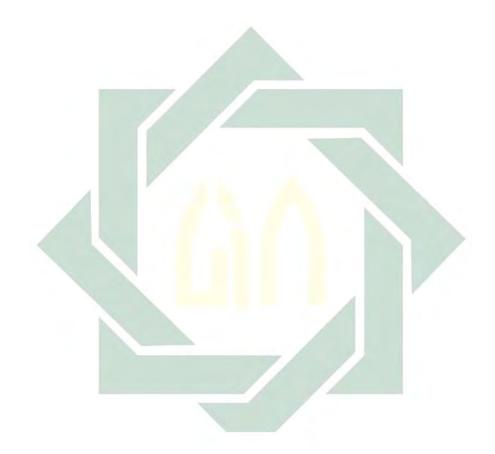
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar Nama Informan	17
Tabel 2.1. Simbol-Simbil Blackberry Messenger	47
Tabel 3 1 Nama-Nama Informan Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi	58



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Fikir	12
Gambar 1.2 Gambar Teknik Analisis Data	20
Gambar 1 3 Peta Menuju IAIN	62



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia dalam menjalin kehidupannya. Kegiatan komunikasi ini berlangsung dari hari ke hari, dari waktu ke waktu, selama manusia hidup dan melakukan aktivitasnya. Jadi komunikasi merupakan kebutuhan yang mendasar bagi setiap manusia dalam pencapaian suatu tujuan. Hewitt (1981) menjabarkan tujuan pengguna peroses komunikasi secara spesifik memperbaruhi prilaku seseorang, mengungkapkan perasaan, dan menjelaskan prilaku sendiri atau orang lain, serta menyelesaikan sebuah masalah, menurunkan ketegangan dan menyelesaikan konflik. Jadi pada intinya komunikasi mempunyai beberapa tujuan antara lain, supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti, dan memahami pesan dari seseorang komunikator ke komunikan. Komunikasi sendiri dapat dilakukan dengan cara langsung face to face atau lewat media.

Dengan adanya teknologi informasi meliputi segala hal yang berkaitan dengan proses penggunaan sebagai alat bantu manipulasi, dan pengelolaan informasi. Sedangkan teknologi komunikasi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke lainnya. Oleh karena itu, teknologi informasi dan teknologi komunikasi adalah dua buah konsep yang tidak terpisahkan. Berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi (*information and*

communication technology / ICT) selama dekade terakhir ini membawa tren baru di dunia industri komunikasi yakni hadirnya beragam media yang menggabungkan teknologi komunikasi baru dan teknologi komunikasi massa tradisional.

Pada tataran praktis maupun teoritis, fenomena yang sering disebut sebagai konvergensi media ini memunculkan beberapa konsekuensi penting. Media bukan saja memperkaya informasi yang disajikan melainkan memberi pilihan kepada khalayak untuk memilih informasi yang sesuai dengan selera mereka. Jadi teknologi Informasi dan komunikasi mengandung pengertian luas yaitu segala kegiatan yang terkait dengan pemrosesan, manipulasi, pengelolaan, pemindahan informasi antar media. Teknologi komunikasi pada pertengahan abad ke-20. perpaduan kedua teknologi tersebut berkembang pesat melampaui bidang teknologi lainnya. Hingga awal abad ke-21 TI (teknologi informasi) masih terus mengalami berbagai perubahan dan belum terlihat titik jenuhnya bahwa teknologi sebenarnya hanyalah satu bagian dari sebuah sistem yang menjalankan dan mengubah dunia saat ini. Namun teknologi mengambil peranan yang sangat penting dalam komunikasi. Bahkan bisa dikatakan komunikasi tidak akan bisa semudah saat sekarang ini jika tidak ada kemajuan teknologi yang tersus berkembang yang mampu melahirkan banyak inovasi, gagasan ataupun ide yang bertujuan untuk memudahkan proses komunikasi manusia menjadi lebih efektif.

Kemudahan tersebut membuktikan betapa mudahnya seseorang bertukar informasi satu dengan yang lain melalui inovasi yang telah diciptakan. Salah satu inovasi yang mempermudah proses komunikasi adalah telepon selular atau yang biasa disingkat dengan kata ponsel. Media ponsel memberikan kemudahan berkomunikasi melalui layanan telepon dan pesan (SMS) yang telah menjadi fitur dasar sebuah ponsel. hanya dengan menekan beberapa digit angka seseorang bisa saja berinteraksi secara tidak langsung melalui panggilan suara dengan lawan bicaranya yang mungkin saja berada jauh darinya. Salah satu kecanggihan teknologi dalam bentuk ponsel smartphone Blackberry yang mana didalamnya terdapat fitur (Blackberry Messenger) yang telah menjadi tren para pelajar Mahasiswa masa kini adalah perangkat komunikasi selular yang di produksi oleh RIM (Research In Motion) dan memiliki beberapa kelebihan yang tidak dimiliki oleh ponsel lainnya, diantaranya adalah layanan push e-mail, (Blackberry Messenger), dan layanan internet *unlimited* (BIS). dari keseluran *fitur* handphone Blackberry yang menjadi dominan pemakaian pelajar atau Mahasiswa adalah fasilitas IM (Instant Message) atau yang biasa dikenal dengan (Blackberry Messenger) BBM.

Blackberry Messenger memudahkan dalam berinteraksi berkomunikasi dengan teman-temannya seperti layaknya berada di daerah yang sama, saling berhadapan dan bercerita satu dengan yang lain. Kenyataannya mereka tidak saling tatap muka satu dengan yang lain kemudahan inovasi tersebut membuat tidak harus melakukan tatap muka untuk saling bertukar cerita dan berinterkasi, cukup dengan memberikan pesan dan mengirimnya melalui layanan BBM (Blackberry Messenger) dengan komunikannya. Pesan tersebut

akan sampai dalam hitungan detik dan ada *feedback* ketika komunikan membaca pesan yang disampaikan.

Media telekomunikasi modern, seperti halnya BBM (Blackberry Messanger) yang merupakan alat telekomunikasi yang menjadi tren bagi Mahasiswa dalam penyampaian pesan, tidak banyak mengeksplor kata-kata, akan tetapi mengunakan simbol- simbol yang merupakan fasilitas khusus media BBM (Blackberry Messenger). Dalam penggunaan (Blackberry Messenger), terdapat juga beberapa gaya bahasa yang tidak menunjukkan gaya bahasa atau majas Indonesia, karena gaya komunikasi bahasa simbolik, banyak pengguna BBM (*Blackberry Messenger*) menyisipkan simbol-simbol seperti menulis status di BBM dengan simbol Animasi, Jatuh cinta, sakit, Lagi marah, menangis dan masih banyak lagi, dengan tujuan mempersingkat tulisan yang ditulis. Kreasi simbol ini kebanyakan memiliki makna emosional yang sedang terjadi pada pengguna BBM atau dengan simbol dan musik, yang mana ketika pengguna BBM mendengarkan musik otomatis sesama pengguna BBM mengetahuinya lagu apa yang mereka dengarkan dan apa yang dirasakan dalam suasana hati si pengguna BBM tanpa harus pasang status mengeksplor kata-kata.

Akan tetapi *Feedback* disini memiliki peranan yang sangat penting, sebab dari *Feedback* yang terjadi sebagai hasil komunikasi dapat dilihat apakah kegiatan komunikasi yang sedang dilancarkan oleh komunikator baik atau kurang, dan apakah dapat difahami sesama penguna BBM dengan simbol makna komunikasi tersebut.

Ancaman serius akan muncul jika media massa ikut-ikutan menggunakannya secara luas, karena pengaruh media sangat kuat dan hal tersebut akan dianggap sebagai kebenaran. untuk mengimbangi bahasa gaul dan alay ini yang jelas menuntut keterlibatan. alay ini cukup dengan pemahaman bahwa setiap bahasa punya tempat dan konteknya sendiri-sendiri. Gaya komunikasi dapat dilihat dari teknologi yang kita gunakan (ataupun kebalikannya). Semakin maju alat teknologi yang digunakan, seseorang cenderung berpikir lebih praktis dalam berkomunikasi satu sama lainnya. Sebagian besar komunikasi ini di dasarkan pada penggunaan simbol gambar atau pola, ragam bahasa media jejaring sosial yang khas, dalam pergaulan media agar tetap eksis.

Disini peneliti ingin melihat bagaimana Gaya komunikasi Mahasiswa pengguna BBM *Blackberry Messanger* yang sesungguhnya, dan bagaimana *Feedback* yang muncul ketika sesama pengguna BBM berkomunikasi, dimana hal ini menjadi suatu fenomena yang di anggap unik dalam gaya komunikasi bagi kalangan Mahasiswa.

Dengan adanya fenomena diatas penulis merasa tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut mengenai Gaya berkomunikasi pengguna BBM Blackberry Messanger pada Mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya Fakultas Dakwah.

B. Fokus Penelitian

Dari latar belakang masalah tersebut, dapat disimpulkan masalah yang menjadi sasaran penelitian ini adalah "Bagaimana Gaya Komunikasi

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dalam penggunaan BBM Blackberry Messanger"?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka yang menjadi tujuan peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana Gaya berkomunikasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya dengan sesama pengguna BBM (*Blackberry Messenger*)?

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan hasil yang bermanfaat sejalan dengan tujuan penelitian diatas, Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara teoritis atau praktis.

1. Secara Teoritis

- a. Diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan dan memberikan masukan pemikiran khususnya pada Mahasiswa, mengenai "Gaya komunikasi mahasiswa pengguna BBM (*Blackberry Messenger*) di kalangan Mahasiswa, khususnya Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya, Selain itu juga dapat dijadikan landasan untuk memperkaya wawasan umum tentang perkembangan teknologi.
- b. Untuk memenuhi salah satu syarat penyusunan skripsi.

2. Secara Praktis

Manfaat secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadikan masukan maupun rujukan bagi Mahasiswa, untuk lebih kreatif inovatif dalam penelitian komunikasi lebih baik.

3. Secara Akademis

Peneliti mencoba untuk memberikan konstribusi berupa pemikiran temuan-temuan "empirik" mengenai Gaya komunikasi mahasiswa pengguna BBM *Blackberry Messanger*. Sehingga nantinya diharapkan dapat dijadikan refrensi bagi peneliti lain dalam melakukan penelitian sejenisnya.

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan komparasi bagi penelitian ini, penulis mencari refrensi hasil penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan pada fokus penelitian yang ingin diteliti. Adapun penelitian terdahulu yang dapat digunakan sebagai referensi antara lain:

NO	UNIT YANG DITELITI	KETERANGAN	
1.	Nama Peneliti	Rachman Fauzi	
2.	Jenis Karya	Gaya Hidup Konsumtif Sebagai Bentuk Komunikasi Non Verbal (Studi Kualitatif Pada Remaja Di Kelurahan Sidoklumpuk Sidoarjo)	
3.	Tahun Penelitian	2012	
4.	Metode Penelitian	metode penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif.	
5.	Hasil Temuan Peneliti	Makna simbol gaya hidup konsumptif sebagai bentuk komunikasi non verbal bagi remaja yaitu a) nilai seni, b) bentuk kebebasan dan motivasi yang mendorong para remaja berperilaku	

		gaya hidup konsumtif yaitu, mengikuti trend, mencari sensari dan hanya coba- Coba dan rekomendasi peneliti selanjutnya hendaknya mencoba meneliti faktor-faktor lain yang dapat memberikan pengertian bagi para	
		pelaku lifestyle.	
6.	Tujuan Penelitian	a. Untuk mengetahui makna simbol	
		gaya hidup konsumtif bagi remaja remaja di Kelurahan Sidoklumpuk	
		Sidoarjo sebagai bentuk komunikasi	
		non verbal. Terhadap pola prilaku	
	belajar siswa kelas XII IPA Sekolah		
		Menengah Atas (SMA) Negeri 1	
		Tabanan – Bali.	
		b. Untuk mengetahui sejauh mana	
		pengaruh pengaruh penggunaan	
	4	media komunikasi <i>Blackberry</i>	
- 2		Messanger terhadap pola prilaku belajar siswa kelas XII IPA Sekolah	
		Menengah Atas (SMA) Negeri 1	
		Tabanan-Bali.	
7.	Perbedaan	Penelitian ini menggunakan teori	
		simbolik	

NO.	UNIT YANG DITELITI	KETERANGAN	
1.	Nama peneliti	Amalia Rizki Utami	
2.	Jenis karya	Pengaruh Media Komunikasi	
		Blackberry Messanger Terhadap Pola	
		Prilaku Belajar Siswa Kelas IPA	
		Sekolah Menengah Atas (SMA)	
		Negeri 1 Tabanan-Bali	
3.	Tahun penelitian	2012	
4.	Metode penelitian	Metode Penelitian Kuantitatif	
5.	Hasil temuan peneliti	Ditemukan bahwa pengaruh	
	_	penggunaan Komunikasi Blackberry	
		Messanger terhadap pola prilaku	
		belajar siswa kelas XII Sekolah	
		Menengah atas (SMA) Negeri 1	
		Tabanan –bali dengan nilai sebesar	
		27,7 % dan sisanya 72,3 % pola	
		prilaku belajar siswa dipengaruhi oleh	
		hal lain .dengan demikian pengguna	
		komunikasi Blackberry Messanger ini	
		yakni dapat memberikan hal-hal yang	

		positif bagi semua masyarakat yang menggunakan handphone , Blackberry, ini khususnya siswa kelas XII IPA Tabanan-Bali yang menjadi tempat penelitian oleh peneliti.	
6.	Tujuan penelitian	a. Untuk mengetahui pengaruh kegunaan media komunikasi blackberry messange terhadap pola prilaku belajar siswa kelas XII IPA Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Tabanan-Bali b. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh penggunaan media komunikasi Blackberry Messanger terhadap pola prilaku belajar mahasiswa kelas XII IPA Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Tabanan Bali.	
7.	Perbedaan	Penelitian ini menggunakan teori Ekologi Media (<i>Media Ecology</i> <i>Theory</i>)	

F. Definisi Konsep

Batasan definisi konsep merupakan unsur penting penelitian yang biasanya dipakai oleh para peneliti untuk menggambarkan fenomena sosial yang dihadapi. Adapun definisi konsep dan batasan dalam penelitian ini adalah:

1. Gaya Komunikasi

Steward L.Tubbs dan Sylvia Mos menyatakan "Gaya komunikasi ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orangorang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one-way communication*. dari berbagai pendapat tentang gaya komunikasi diatas secara garis besar dapat

dipahami bahwa gaya komunikasi merupakan gaya yang digunakan komunikator dalam menyampaikan pesan setiap komunikator yang mempunyai gaya komunikasi dan ciri khas berbeda-beda.

Dan perbedaan ini dapat dilihat dari segi budaya, pendidikan, lingkungan keluarga, pengalaman dan lain sebagainya. Gaya komunikasi ini dipakai dengan tujuan untuk mendapatkan Respon dari komunikan.

Gaya komunikasi ada di dalam setiap jenis atau bentuk komunikasi. Gaya komunikasi antarpersonal berbeda dengan gaya komunikasi melalui media massa (komunikasi massa), perbedaan itu karena komunikasi antarpersonal mempunyai aspek-aspek teknis yang berpengaruh faktor-faktor psikologi kongnitif dan efektif. Dan sementara itu, gaya komunikasi massa mempunyai aspek-aspek teknis yang berkaitan dengan pengaruh faktor-faktor sosiologi atau antropologi, dan psikologi massa, dan teknologi komunikasi.²

2. Blackberry Messanger (BBM)

BBM (*Blackberry Messenger*), yang merupakan aplikasi chat khusus yang berjalan pada server Blackberry dan untuk menggunakannya harus menggunakan layanan data dari operator yang bernama BIS (*Based Internet Service*),BBM merupakan program pengirim pesan instan yang disediakan untuk para pengguna perangkat handphone Blackberry aplikasi ini mengadopsi kemampuan *fitur* atau aktivitas yang populer di kalangan

¹http://id.shvoong.com/social-sciences/education/2253230-pengertian-gaya-komunikasi # ixzz 20MdQYcma

 2 Liliweri Alo, Komunikasi serba ada serba makna, Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2011, hal. 308

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pengguna perangkat telephon genggam. Contohnya *fitur* di aplikasi *Google Maps* atau *Yahoo Messenger* hingga aktivitas dengan *Facebook* atau *Twitter* semuanya bisa didapatkan oleh pengguna perangkat Blackberry pada aplikasi ini. BBM (*Blackberry Messenger*) merupakan salah satu keunggulan dari penggunaan perangkat handphone Blackberry selain layanan *Push Mail*. Layanan *Messenger* ini dibuat khusus bagi pemilik handphone Blackberry dan dirancang khusus untuk berkomunikasi di antara pengguna. cara menggunakan BBM (*Blackberry Messenger*) adalah dengan penghubung nomor PIN yang terdiri dari delapan digit yang juga eksklusif dimiliki masing-masing perangkat handphone Blackberry.

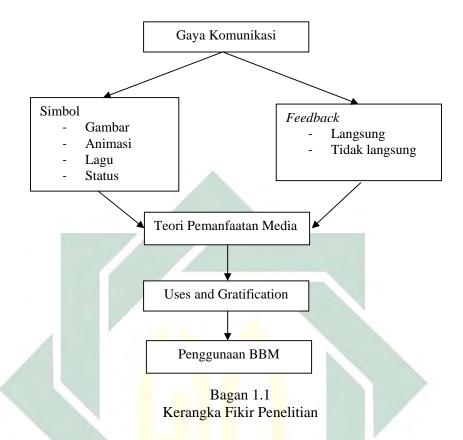
Jadi definisi oprasional dari judul penelitian "Gaya komunikasi mahasiswa pengguna BBM, yang di lakukan oleh mahasiswa Ilmu komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel" adalah gaya komunikasi sesama pengguna BBM mereka mempunyai gaya komunikasi ciri yang khas, seperti halnya dengan simbol-simbol, tanpa banyak mengeksplor kata-kata dan gaya komunikasi itu hanya ada pada media khusus pengguna BBM.³

G. Kerangka Pikir Peneliti

Ilustrasi kerangka pikir penelitian "Gaya komunikasi pengguna BBM Blackberry Messenger (studi pada mahasiswa IAIN Sunan Ampel Surabaya Fakultas Dakwah)" adalah :

³ http://www.google.co.id/tanya/thread?tid=7d47dc824773c1a0

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id



Dari skematik alur gambar yang ada bawasanya dengan adanya perkembangan teknologi masyarakat mulai dituntut semakin pintar dalam pemanfaatan inovasi yang ada, salah satunya adalah BBM sebuah trobosan alat media komunikasi yang menjadi trend fenomena khusunya bagi Mahasiswa, yang mana BBM (Blackberry Messenger) ini merupakan fasilitas yang ada pada Handpone Blackberry dan fasilitas yang ada pada fitur BBM adalah simbol-simbol animasi, gaya Auto text, yang menjadi sebuah gaya berkomunikasi Mahasiswa bagi sesama pengguna BBM (Blackberry Messenge)r. tanpa banyak mengeksplor kata-kata cukup dengan simbol ataupun, memperjelas maksud pesan yang disampaikan gaya berkomunikasi

dari fasilitas media BBM (*Blackberry Messenger*) tersebut, yang hanya dimiliki oleh media BBM handphone Blackberry.

Dalam Peneliti ini menggunakan Teori *Use Grafication* pendekatan ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Dari sini timbul istilah *uses and gratifications* (penggunaan dan pemenuhan kebutuhan). Dalam asumsi ini tersirat pengertian bahwa komunikasi massa berguna (*utility*) bahwa konsumsi media diarahkan oleh motif (*intentionality*) bahwa perilaku media mencerminkan kepentingan dan preferensi (*selectivity*) dan bahwa khalayak sebenarnya kepala batu (*stubborn*). Karena penggunaan media hanyalah salah satu cara untuk memenuhi kebutuhan psikologis, efek media dianggap sebagai situasi ketika kebutuhan itu terpenuhi.

Jika suatu ide dianggap baru oleh seseorang maka ia adalah inovasi untuk orang itu. Konsep baru dalam ide yang inovatif tidak harus baru sama sekali yang ke dua bahwa Saluran komunikasi merupakan alat untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima dalam memilih saluran komunikasi, sumber paling tidak perlu memperhatikan tujuan diadakannya komunikasi dan karakteristik penerima. Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak yang banyak dan tersebar luas maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien, adalah media massa. Tetapi jika komunikasi dimaksudkan untuk

mengubah sikap atau perilaku penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah saluran interpersonal

Melalui kajian tersebut mampu melahirkan sebuah penjelasan mengenai fenomena penggunaan BBM kaitanya dengan simbol-simbol dan feedback yang muncul dari sesama pengguna dari pemanfaatan BBM tersebut. sebagaimana judul yang kami pakai dalam penelitian ini yaitu "Gaya Komunikasi penggunaan BBM (Blackberry Messenger) bagi Mahasiswa. Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

H. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan jenis penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi fenomenologi diartikan sebagai:

- Pengalaman subyektif atau pengalaman fenomenologikal.
- Suatu studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang (Husserl). Istilah fenomenologi sering digunakan sebagai anggapan umum untuk menunjuk pada pengalaman subjektif dari berbagai jenis dan tipe subyek yang ditemui dalam arti yang lebih khusus istilah ini mengacu pada penelitian terdisiplin tentang kesadaran dari perspektif pertama seseorang.⁴

⁴ Lexy j. Moelong , Metode Penelitian Kualitatif, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009),

hal. 14-15

Dari jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan.

2. Subyek, Objek dan Lokasi Penelitian.

a. Subyek penelitian

Subyek penelitian ini adalah orang yang ditunjuk oleh peneliti dan dianggap memiliki pengetahuan secara luas terhadap objek penelitian. Adapun subyek penelitian dalam hal ini adalah Mahasiswa Fakultas Dakwah minat studi Ilmu komunikasi semester VIII sebagai informan yang memberikan opini mengenai "Gaya komunikasi pengguna BBM (*Blackberry messenger*).

b. Obyek penelitian

Keilmuan komunikasi yang ada dalam penelitian ini yang akan dijadikan obyek penelitian adalah " Gaya komunikasi pengguna BBM (Blackberry Messenger).

c. Lokasi penelitian

Penelitian memilih Lokasi di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Jln. Ahmad Yani 117 Surabaya.

3. Jenis Dan Sumber Data

Untuk mengakuratkan data, peneliti digali dari beberapa jenis dari sumber data, antara lain adalah:

a. Jenis data

Data primer yang merupakan data pokok dari penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari penelitian perorangan, ⁵ pada penelitian ini data mengenai Gaya Komunikasi pengguna BBM (*Blackberry Messenger*) Pada Mahasiswa ilmu komunikasi.

Data skunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber skunder.⁶

b. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Informan

Dalam hal ini informan merupakan orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Adapun pemilihan informan ditentukan berdasarkan teknik purposif yang mana informan akan dipilih sesuai dengan kriteria tertentu agar data yang didapat lebih mendalam dan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh penulis.

Kriteria informan dalam penelitian ini adalah :

⁵ Rosady Ruslan, *Metode penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (PT.Rajagrafindo Persada,2006), hal. 29

⁶ Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, jakarta (Kencana Prenada Media Group, 2009), hal. 42

⁷ Iskandar Wirjokusumo dan Soemardji Ansori, *Metode Penelitian Kualitatif* (Penerbit: Unesa Univercity Press, 2009), hal. 10

- a. Pengguna BBM (Blackberry Messenger) dari fitur Handphone
 Blackberry
- b. Merupakan Mahasiswa Fakultas Dakwah Ilmu Komunikasi.

4. Dokumen

Keterangan-keterangan dalam bentuk bukti fenomena yang pada Mahasiswa dengan Gaya komunikasi pengguna BBM.

Tabel 1.1 Daftar Nama Informan

No	Nama Mahasiswa	Jurusan
1	Rinja ayu	Broadcasting
2	Rustina	Public relation
3	Rimadhani arprilisa.	Broadcasting
4	Ajeng maysaroh,	Advertaising
5	Sri susanti	Broadcasting
6	Ifan rosy <mark>id</mark> ass <mark>idiqy</mark>	advertaising

5. Tahap-tahap Penelitian

Tahap yang akan dilakukan dalam penelitian ini terdiri atas tahap pra lapangan, tahap pekerjaan lapangan hingga tahap penyusunan skripsi.

a. Tahap Pra Lapangan

Merupakan tahap penjajakan penelitian lapangan, adapun langka-langka yang dilakukan.

1) Menyusun rancangan penelitian

Penelitian ini dimulai dengan menentukan lapangan atau lokasi yang akan dijadikan sebagai tempat penelitian. Membuat rumusan masalah yang akan diteliti dari fenomena yang terkait.

Setelah itu segala hal yang mengenai hal yang akan diteliti dan metodeloginya dituangkan dalam proposal penelitian.

2) Mengurus Perizinan

Setelah proposal penelitian disetujui, dilanjutkan mengurus surat izin penelitian untuk melakukan wawancara dan observasi data-data yang dibutuhkan.

3) Menyiapkan perlengkapan penelitian

Sebelum penelitian dilakukan, penulis menyiapkan alat yang menunjang jalannya wawancara dan observasi di lapangan.

Penelitian meyiapkan tape recorder, kamera, agar hasil yang diperoleh lebih maksimal.

4) Penelitian / pelaksanaan Lapangan.

Sebelum melakukan wawancara lapangan, penulis melakukan observasi lapangan terlebih dahulu melakukan pendekatan kepada informan dalam penelitian serta melakukan pengamatan secara langsung seputar data.selanjutnya membuat pedoman wawancara seputar hal-hal yang ingin diteliti. Selanjutnya mengumpulkan data yang diperoleh untuk dikaji dan dianalisa lebih lanjut.

5) Laporan

Setelah tahap lapangan selesai penulis membuat dan menyusun laporan yang berisi kegiatan yang telah dilakukan dalam bentuk tulisan.

I. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan peneliti untuk memperoleh data kualitatif adalah sebagai berikut :

a. Wawancara mendalam (Depth Interview)

Wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini akan dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Setelah itu penulis akan mengumpulkan data mengklasifikasi data yang diperoleh.

b. Dokumentasi

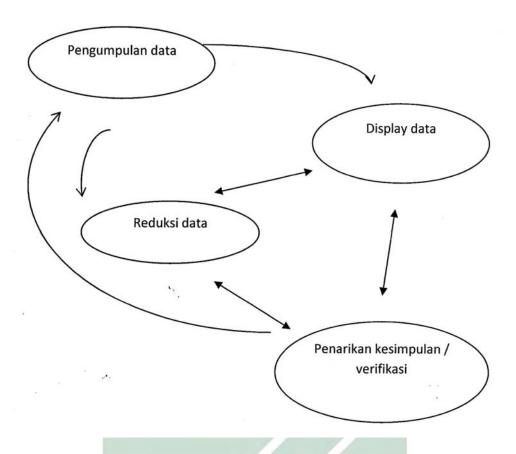
Peneliti mengumpulkan berbagai macam dokumen dari lembaga yang mana dapat melengkapi data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.

J. Teknik Analisis Data

Hasil dari penelitian akan dianalisa dengan menggunakan tiga alur kegiatan yang secara bersamaan, yaitu : reduksi data, display data, penarikan kesimpulan atau verifikasi. Bagan aktifitas dalam analisis data yaitu :⁸

⁸ Ali Nurdin, bahan kulia MPK,hlm.20-21

Komponen analisis data model interaktif.



a. Reduksi data yang merupakan pemilihan data yang menjadi perhatian penelitian. Data-data yang diredukasikan sendiri memiliki jumlah yang banyak sehingga penting bagi peneliti untuk memilih data yang tepat dan akurat, Dalam penelitian ini seperti data yang mengacu pada gaya komunikasinya.

- b. Display data atau penyajian data, peneliti menarik kesimpulan atas sekumpulan informasi yang diperoleh dan kemudian menyajikannya dalam bentuk teks yang bersifat naratif yaitu tentang gaya komunikasinya.
- c. Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah peneliti menarik kesimpulan awal dari hasil sementara yang ada. Kemudian verifikasi atau pencocokan hasil kesimpulan awal dengan kesimpulan ahir dengan bukti-bukti yang ada dalam penelitian. Dengan ini jika hasilnya sama maka kesimpulan dianggap kredibel.

K. Teknik Pemeriksaan Keabsaan Data

Adapun teknik keabsaan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Untuk membuktikan bawasannya penelitian dapat di pertanggung jawabkan dari segala segi makna diperlukan teknik keabsaan data. Adapun teknik keabsaan data yang digunakan oleh penulis adalah :

1. Metode Triangulasi, yakni usaha mengecek keabsaan data atau mengecek keabsaan temuan riset, Metode triangulasi dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan yang sama.⁹ Dalam hal ini peneliti melakukan kroscek dari data yang dipilih baik itu melalui wawancara atau dokumen yang ada. Peneliti melakukan validitas dengan membandingkan data wawancara dengan pengamatan dan dokumen-dokumen yang terkait. Selain tiu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

⁹ Rahmat Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi,...,hal.71

membandingkan apa yangn, bermaksud dikatakan secara umum dengan apa yang tidak dikatakan secara pribadi.

2. Ketekunan pengamatan, bermaksud menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangan relevan dengan persoalan atau isu yang sedang dicari dan kemudiam memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci. 10

Penulis mengadakan pengamatan dan teliti secara berkesinambungan dan kemudian menelaah secara rinci dan berulang-ulang dalam tiap kali melakukan penelitian sehingga ditemui seluruh data penelitian, serta ahirnya hasil sudah mampu dipahami dengan baik.

L. Sistematika Pembahasan

Sistematika penelitian ini dibagi menjadi lima bab, yang terdiri dari pendahuluan, Kajian teoritis, Penyajian data, Analisis data. Analisis data dan Penutup. Selanjutnya akan peneliti uraikan sebagai berikut:

: PENDAHULUAN **BABI**

Merupakan yang berisi gambaran umum meliputi Konteks Penelitian, Fokus Penelitian, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Kajian Hasil terdahulu, Definisi Konsep, Kerangka Pikir Penelitian. Metode Penelitian dan Sistematika Pembahasan.

10 Lexy J.Moleong, Metode penelitian Kualitatif, (Bandung: PT.Remaja Rosda

Karya,2009), hal.329

BAB II : KERANGKA TEORITIS

Dalam bab ini akan membahas tentang teori yang relevan dengan fokus penelitian yang dikaji, juga penelitian terdahulu.

BAB III : PENYAJIAN DATA

Penelitian bab ini akan menjelaskan tentang Metode penelitian yang digunakan yang meliputi: Deskripsi Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian dan Deskriptif Data Penelitian

BAB IV : **ANALISIS DATA**

Dalam bab ini akan menjelaskan gambaran umum mengenai Gaya Komunikasi Pengguna BBM "Blackberry Messanger".

Deskripsi hasil penelitian dan teknik analisis data juga membahas mengenai keterkaitan antara hasil penelitian data teori.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini merupakan bab akhir yang berisi tentang penutup yang meliputi : Kesimpulan dan rekomendasi. Kesimpulan dan disini merupakan jawaban langsung dari fokus penelitian.



BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

Pada proses penelitian dan penyususnan skripsi ini, peneliti membutuhkan beberapa referensi yang digunakan untuk menelaah obyek kajian yang terkait dengan judul "Gaya Komunikasi Penguna BBM Blackberry Massenger" pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi IAIN Sunan Ampel Surabaya.

1. Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi merupakan ciri khas yang dimiliki oleh setiap individu dan hal inilah yang dapat membedakan antara orang yang satu dengan yang lain perbedaan gaya komunikasi. Dapat terlihat dari tipe kepribadiannya yaitu tipe ekstrovert tipe ini pada dasarnya mempunyai perbedaan model dalam berkomunikasi dan cara berekspresi dalam berkomunikasi, cara berekspresi dalam berkomunikasi serta tanggapan yang diberikan atau ditunjukkan pada saat berkomunikasi (soemirat, Ardianto dan suminar dalam Aprilia, 2006)

Gaya komunikasi manusia mengucapkan atau menulis kata-kata untuk mengungkapkan pikiran dan perasaan yang memotivasi, menyatakan belas kasihan, menyatakan kemarahan, menyatakan pesan agarsuatu perintah cepat dikerjakan semua kombinasi tersebut merupakan sebagian dari komunikasi Gaya komunikasi, gaya yang berperan untuk

menentukan batas-batas tentang kenyataan dunia yang sedang dihadapi, tentang relasi dan sesama, tentang hubungan dengan suatu konsep tertentu keterampilan melalui gaya komunikasi yang mengisyaratkan kesadaran diri pada level yang tinggi. setiap orang memiliki Gaya komunikasi yang bersifat personal, Gaya khas seseorang waktu berkomunikasi serta keterampilan berkomunikasi melalui gaya komunikasi, yang mengisyaratkan kesadaran diri pada level paling tinggi dan Gaya komunikasi ada didalam setiap jenis atau bentuk komunikasi gaya komunikasi antarpersonal berbeda dengan gaya komunikasi melalui media (komunikasi Massa), perbedaan itu karena komunikasi massa antarpersonal mempunyai aspek-aspek teknis yang)berkaitan dengan pengaruh faktor-faktor psikologi seperti faktor kongnitif dan efektif.¹³

Sementara itu Gaya komunikasi massa mempunyai aspek-aspek teknis yang berkaitan dengan pengaruh faktor sosiologi antropologi, psikologi massa, dan teknologi komunikasi dengan perkembangan media Komunikasi berkembang pesat. dengan adanya teknologi informasi dan komunikasi dapat memudahkan kita untuk belajar dan mendapatkan informasi yang kita butuhkan dari mana saja, kapan saja, dan dari siapa saja. Pada saat ini media komunikasi tidak bisa lepas dari kehidapan manusia karena tanpa media komunikasi kita akan lebih sulit dalam melakukan aktifitas di dalam dunia kerja maupun untuk aktifitas yang lain. Sehingga setiap orang sangat membutuhkan media komunikasi. Akan

¹³Widjaja H.A.W. *Ilmu komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta: PT Rineka Cipta,2000), Hal. 57

tetapi dengan adanya perkembangan teknologi gaya komunikasi yang dulunya hanya dapat dilakukan karena pada dasarnya setiap orang dapat berkomunikasi antra satu dengan yang lainnya karena manusia selain mahluk individu juga sekaligus mahluk sosial (human of cociality) yang memiliki kebutuhan untuk berkomunikasi dengan sesama. Namun tidak semua orang dapat berkomunikasi secara cakap oleh karena itu perlu dikenalkan bagaimana cara-cara berkomunikasi dengan baik dan bagaimana cara menyampaian informasi yang baik antara komunikator dengan komunikan. 14

Menurut cara penyampaian informasi dapat dibedakan menjadi dua yaitu :

a. Komunikasi Lisan

Terjadi langsung atau tidak dibatasi oleh jarak dimana dua belah pihak dapat bertatap muka dan bisa melihat secara langsung antara komunikator dengan komunikan(dairect comunication) misal dialog dua orang atau lebih,wawancara antara narasumber dengan pers maupun agenda rapat di dalamsebuah organisasi dan lain sebagainya.

b. Komunikasi secara tertulis

 Yang dilakukan dalam bentuk surat dan dipergunakan dalam penyampaian berita yang sifatnya singkat tetapi dipandang perlu untuk ditulis dengan maksud-maksud tertentu.

¹⁴http://ekonomi.kompasiana.com/bisnis/2012/06/30/pengaruh-media-komunikasi-padabidang-ekonomi/

- Naskah yang biasanya dipergunakan untuk penyampaian berita dan bersifat kompleks.
- 3) Blangko-blangko yang dipergunakan untuk mengirim berita dalam suatu daftar
- 4) Gambar, dan foto, karena tidak dapat di lukis dengan kata-kata ataupun kalimat.dan untuk mempermudah orang buta huruf untuk memahami nya dengan mudah.
- 5) Spanduk, yang bisa digunakan untuk penyampaian informasi kepada orang laindengan cara memangpangnya di tempat-tempat keramaian.

Komunikasi menurut kelangsungan, didalam proses komunikasi dilaksanakan secara langsung tanpa bantuan perantara orang ketiga ataupun media komunikasi yang ada dan tidak dibatasi oleh jarak dan waktu.komunikasi tidak langsung merupakan proses komunikasi dilakukan dengan pihak ketiga atau bantuan alat-alat media komunikasi.

a. Gaya komunikasi dua arah

Dalam gaya komunikasi ini, komunikasi dilakukan secara terbuka. Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan. The equalitarian style of communication ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (two-way communication). Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini, adalah orang-orang yang memiliki

sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup sosial

The Dynamic Style Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (action-oriented).Tujuan utama gaya komunikasi yang agresif ini Gaya komunikasi ini cukup efektif digunakan dalam mengatasi persoalan-persoalan yang bersifat kritis sedangkan

The Relinguishing Style Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan (sender) mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain.pesan-pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim pesan.dapat memahami feed back yang akan dia terima dari si penerima pesan

The Withdrawal Style Akibat yang muncul jika gaya ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari orang-orang yang memakai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut.¹⁵

¹⁵ http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi organisasi

Begitu pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi akhir-akhir ini seolah memaksa manusia untuk terus mengikutinya agar tidak merasa setidaknya ketinggalan jaman s dan komunikasi merupakan sumber membangkitkan respons pada penerima melalui penyampaian suatu pesan dalam bentuk tanda atau simbol, baik bentuk verbal (kata-kata) atau bentuk non-verbal (non kata-kata), tanpa harus memastikan terlebih dahulu bahwa kedua belah pihak punya sistem simbol yang sama.

Model komunikasi dapat dipetakan menjadi dua hal, yaitu komunikasi konteks tinggi dan komunikasi konteks rendah.

- 1) Komunikasi konteks tinggi adalah komunikasi yang bersifat implisit dan ambigu, yang menuntut penerima pesan agar menafsirkannya sendiri. Komunikasi konteks tinggi bersifat tidak langsung, tidak apa adanya. Ciri komunikasi model ini yaitu kalau mau mengutarakan sesuatu pesan cenderung dengan basa-basi terlebih dahulu, bahkan sering menggunakan kata-kata kiasan yang sekiranya bisa menyentuh, dengan tidak menyebutkan pesan secara langsung karena pesan yang disampaikan menggunakan bahasa yang imlpisit dan banyak kiasan.
- 2) Sementara komunikasi konteks rendah adalah komunikasi yangbersifat langsung, tanpa berbelit-belit. karakter komunikasi semacam ini mereka sukanya to the point tidak suka basa-basi seperti orang Jawa. Pokok pembicaraan pesan yang dituju sangat

mudah diterima oleh lawan bicaranya penerima pesan, tanpa pembicaaran pokok menafsirkan lagi dari yang harus berlangsung. 16

John R. Schemerhorn cs. dalam bukunya yang berjudul Managing Organizational Behavior, menyatakan bahwa komunikasi itu dapat diartikan sebagai proses antar pribadi dalam mengirim dan menerima simbol-simbol yang berarti bagi kepentingan mereka Animasi merupakan salah satu bentuk visual bergerak Dengan diintergrasikan ke media lain seperti video, presentasi, atau sebagai bahan ajar tersendiri Animasi 17

Adapun Media Komunikasi dapat dibagi menjadi enam yaitu suara, Grafik, Teks, Musik, Animasi, dan Video. 18 Akan tetapi yang dimaksud dari sini bahwa Animasi digunakan sebagai antar individu dalam bentuk komunikasi penggunaan BBM (Blackberry Messenger) dalam gaya berkomunikasi sehari-hari dalam media BBM (Blackberry Messenger) media BBM tanpa harus banyak mengeksplor kata mereka dapat berkomunikasi dengan menggunakan simbol-simbol untuk sesuatu yang lain berdasarkan kelompok orang. 19 memperjelas bahasa komunikasi apa yang diungkapkan kepada komunikator menyampaikan kepada komunikan.

¹⁶ http://andrian7.blogspot.com/2012/02/setiap-orang-secara-pribadi-punya.html

¹⁷ http://ml.scribd.com/doc/77606588/13/Tujuan-Komunikasi
18 Burhan Bungin. Sosiologi Komunikasi. (jakarta: Kencana, 2008), hal. 188

¹⁹ Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi...hal.92

Dan Feedback merupakan peranan yang sangat penting dalam berkomunikasi sebab dari umpan balik yang terjadi sebagai hasil komunikasi dapat dilihat apakah kegiatan komunikasi vangsedang dilancarkan oleh komunikator baik atau kurang. Feedback bersifat positif yakni feedback yang menyenangkan komunikator dan yang bersifat negatif yang kurang menyenangkan komunikatornya, sedangkan kalau ditinjau dari segi waktu ada disebut Immediate feedback, terjadi biasanya pada komunikasi langsung, misalnya faceto pada yang facecommunication. 20

Deyed feedback, yang terjadi pada komunikasi yang menggunakan media, pada pelaksanaannya tertunda dan dikatakan begitu karena feedback yang terjadi memerlukan waktu untuk diketahui oleh komunikator. keuntungan dari immediate feedback ialah bahwa apabila dalam penyampaian pesan ada yang harus diperbaiki caranya dapat segera dilakukan agar komunikasi dapat berhasil karena pada dasarnya tujuam komunikasi adalahHewitt (1981), menjabarkan tujuan penggunaan proses komunikasi secara spesifik, mempelajari atau mengajarkan sesuatu dan serta dapat mempengaruhi perilaku seseorang, mengungkapkan perasaan dan menjelaskan perilaku sendiri atau perilaku orang lain Berdasarkan beberapa hal tersebut maka gaya komunikasi manusia dapat

²⁰ William V Pietch, Komunikasi Timbal Balik, (Semarang: Cetak Effhar Offset, 1993), hal. 176

digolongkan menjadi tiga bagian, yaitu Visual, Auditori, dan Kinestetik (VAK). Setiap orang dimungkinkan memiliki lebih dari satu jenis gaya komunikasi. namun tentunya ada yang paling dominan dan paling berpengaruh. untuk membedakannya, mari baca ciri-ciri tiap gaya komunikasi tersebut adalah:

1) Visual

Tipe visual akan lebih mudah mengingat dengan melihat ketika ditawarkan untuk membaca atau mendengar, pasti lebih suka membaca. orang dengan tipe komunikasi visual akan lebih suka membaca materi yang bergambar dan mudah dibayangkan kemudian, orang dengan tipe komunikasi visual akan lebih suka melihat gambar ataupun seni lukis dari pada mendengar musik. daya ingat untuk menghafal tempat dan lokasi pun cenderung sangat kuat.

2) Auditori

Tipe ini lebih suka mendengar apa yang dikatakan orang daripada membaca sendiri. Mudah mengingat hal-hal yang dibicarakan disekitar lingkungannya, semisal obrolan teman, orang tua, dsb. Suka menulis kembali sesuatu yang pernah didengarnya. Apabila membaca maka orang dengan tipe auditori akan lebih suka membaca dengan mengeraskan suara. Jika disuruh menceritakan kembali maka orang dengan tipe auditori dengan mudah bisa melakukannya dan lebih peka terhadap nada atau

suara, sehingga apabila disuruh untuk menirukan kembali nada atau irama maka dia bisa mengulanginya dengan baik dengan kemampuan auditori orang yang bersangkutan akan lebih suka berdiskusi, bicara, bertanya, ataupun menjelaskan suatu hal meskipun panjang.

3) Kinestetik

Orang dengan tipe komunikasi kinestetik tidak betah apabila disuruh banyak diam dia cenderung suka menyentuh sesuatu yang dijumpainya orang dengan tipe kinestetik, akan suka mengerjakan sesuatu yang membuatnya bisa terus melakukan sebuah gerakan. Hal tersebut bisa kita lihat saat orang tersebut sedang presentasi. orang dengan tipe kinestetik akan menyertakan bahasa tubuh ketika ia melakukan presentasi. saat membaca, orang dengan tipe kinestetik tetap akan melakukan gerakan-gerakan agar mudah mengerti isi bacaan. gerakan yang dilakukan semisal menunjuk kata-kata dalam bacaan tersebut, atau membaca sambil memutar-mutar bolpen. Tipe kinestetik lebih suka mendemonstrasikan sesuatu dengan peragaan dari pada dengan penjelasan²¹.

- a) Prinsip-prinsip Komunikasi terdapat tiga kategori
 Komunikasi:
 - (1) Komunikasi sebagai Simbolik

²¹http://teknologiforever.wordpress.com/2012/04/15/gaya-komunikasi-manusia/

Contoh, cokelat sebagai simbol hari Valentine,kado sebagai simbol hari ULTAH setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi.

(2) Ikon

Contoh,melakukan aktivitas seperti belajar, bekerja bahkan menguap dapat juga dikatakan sebagai melakukan komunikasi.

(3) Indeks komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi.

Contoh: ketika kita berkomunikasi dengan orang yang gampang tersinggung,sebaiknya kita mengeluarkan ucapan tidak sembarangan dan harus dipikirkan kalimat yang baik supaya tidak terjadi salah persepsi.

- b) Sistematik dibagi menjadi dua internal dan eksternal
 - (1) Sistem internal contoh etika berbicara dengan keluarga, teman dan rekan kerja sangat berbeda,harus disesuaikan dengan siapa dia berkomunikasi.
 - (2) Sistem eksternal contoh komunikasi terjadi karena unsurunsur dari luar individu yang memicu untuk berkomunikasi seperti,orang yang teriak dari depan rumah karena memanggil seseorang mungkin karena suatu permasalahan,akhirnya terjadi komunikasi meskipun secara berdebat.

b. Komunikasi bersifat Irreversible

Contoh sekali mengirimkan pesan,kita tidak dapat mengendalikan pengaruh pesan tersebut apalagi menghilangkan efek pesan tersebut seperti,mengecap orang sebagai pemalas,anak yang autispesan komunikasi itu sendiri terdiri dua aspek, yakni :²²

1) Isi pesan (pikiran)

2) Lambang (bahasa)

Proses mengemas atau membungkus pikiran dengan bahasa yang dilakukan komunikasi itulah yang disebut *encoding*. hasil encoding berupa pesan itu kemudian ditransmisikan kepada komunikan proses dalam diri komunikan disebut *decoding* seolah-olah membuka kemasan pesan yang di terima dari komunikator dan isi kemasan tadi adalah pikiran komunikator dan proses komunikasi dalam perspektif mekanistisproses komunikasi dalam perspektif ini kompleks atau rumit, sebab bersifat situasional, bergantung pada suatu situasi ketika komunikasi itu berlangsung.proses komunikasi dalam perspektif ini dapat diklasifikasikan menjadi primer dan sekunder yaitu:

1) Proses komunikasi secara primer

Proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu lambang sebagai media. lambang ini umumnya bahasa tetapi dalam situasi-situasi

²² Onong U Effendy, *Proses komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1986), hal. 6

komunikasi tertentu lambang-lambang yang dipergunakan dapat berupa *gesture*, gerak anggota tubuh warnah, gambar.

2) Proses komunikasi secara sekunder

Proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama dan media dalam berkomunikasi terdapat dua bagian yaitu:

- a. Media pertama bahasa dalam pikiran (ucapan)
- b. Media kedua melalui perantara (hp, dan radio)

3) Proses komunikasi secara linier

Proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan sebagai titik terminal komunikasi ini,berlangsung dalam situasi komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia.

- 4) Proses komunikasi secara sirkuler yaitu konteks-konteks komunikasi:
 - 1. Komunikasi intrapribadi
 - 2. Komunikasi antarpribadi
 - 3. Komunikasi kelompok
 - 4. Komunikasi publik
 - 5. Komunikasi massa (media)
 - 6. Komunikasi media
 - c. Faktor Pendorong Gaya Komunikasi

Ada tujuh komponen yang diidentifikasikan sebagai penyebab gaya interaksi-tujuh hal yang mampu merefleksikan atau memberikan pandangan mengenai interaksi setiap individu. Dengan demikian faktor yang mempengaruhi gaya komunikasi, antara lain:²³

1) Physical context (Kondisi Fisik)

Physical context. Where we communicate (a conference room, our office via e-mail, restaurant) affects the style of communication we employ in the in-teraction. As mentioned earlier, the lack of "neutral" ground for face-to-face meetings caused discomfort and a lack of surety for people that kept their communication style consistently out of sync with each other.

Sesuai dengan penjelasan di atas terlihat jelas bahwasannya kondisi fisik di mana kita melakukan komunikasi sangat mempengaruh gaya komunikasi. Seperti halnya ketika kegiatan komunikasi itu dilakukan dengan kapasitas minim dalam bertatap muka, hal tersebut akan berakibat pada ketidak nyamanan dan kurangnya kepastian antara si pengirim dan penerima pesan. Selain itu dapat menimbulkan ketidaksesuaian atau kenyamanan antara kedua belah pihak.

2) Peran

Persepsi akan peran kita sendiri (sebagai pelanggan, teman atasan) dan peran komunikator lainnya mempengaruhi bagaimana

²³Dianne Hofner Saphiere et.al, Communication Highwire Leveraging the Power of Diverse Communication Styles, ..., hlm. 53

kita berinteraksi. Setiap orang memiliki harapan yang berbeda dari peran mereka sendiri dan orang lain, dan dengan demikian mereka akan sering melakukan komunikasi antar satu dengan lainnya.

3) Historical context (Konteks Historis)

Sejarah mempengaruhi setiap interaksi. Sejarah bangsabangsa, tradisi spiritual, perusahaan, dan masyarakat dengan mudah dapat mempengaruhi bagaimana kita memandang satu sama lain, dengan demikian dapat mempengaruhi gaya komunikasi.

4) Kronologi

Bagaimana interaksi itu cocok menjadi serangkaian peristiwa yang mempengaruhi pilihan gaya komunikasi seseorang Hal tersebut akan membuat perbedaan, jika itu adalah pertama kalinya seseorang berinteraksi tentang sesuatu atau kesepuluh kalinya, jika interaksi masa lalu seseorang telah berhasil atau tidak menyenangkan. Maka akan membuat suatu perbedaan terhadap gaya komunikasi seseorang.

5) Bahasa

Bahasa yang kita gunakan, versi dari bahasa yang kita ucapkan misalnya, Aussie, Inggris, atau versi bahasa Inggris Amerika dan kelancaran kita dengan bahasa tersebut. Semuanya memainkan peran dalam gaya berkomunikasi seseorang. Gaya komunikasi seseorang dalam bahasa Inggris berarti bahwa orang

yang terbiasa berbahasa jepang tidak sepenuhnya memahami dia, dan kemampuan ini akan memberikan batasan pada seseorang untuk sepenuhnya berpartisipasi dan mempengaruhi arah pembicaraan.

6) Hubungan

Seberapa baik kita tahu orang lain, dan seberapa banyak kita suka atau percaya dia dan sebaliknya. Hal ini akan mempengaruhi bagaimana kita berkomunikasi. Selain itu, pola kita mengembangkan hubungan tertentu dari waktu ke waktu sering memberikan efek kumulatif pada interaksi selanjutnya antara mitra relasional.

7) Kendala

Metode yang seseorang gunakan untuk berkomunikas (misalnya, beberapa orang membenci e-mail atau panggilan telepon) dan waktu hanya tersedia untuk berinteraksi dengan metode di atas. Jenis kendala tersebut akan mempengaruhi cara berkomunikasi.

2. Pengertian Blackberry Messenger

"BBMblackberry messanger yang cukup efektif memberikan kemudahan dalam komunikasi, dalam sebuah jejaring komunitas tertentu, BBM merupakan singkatan dari blackberry messenger, selama ini fitur blackberry messenger BBM menjadi fitur unggulan di antara smartphone handphone Blackberry. mungkin hal ini menjadi salah satu alasan

mengapa Blackberry begitu laris manis, selain karena karakter pengguna handphone di negara kita yang cenderung suka bertekstingria, dari pada bertelepon. selama ini BBM menjadi fitur andalankarena ia memiliki kelebihan yanginstan, messanger sejenis seperti yahoo messanger, google talk, dan lain sebagainya.²⁴

BBM selalu langsung terkoneksi dengan server blackberry, memiliki banyak kemudahan dalam sharing file, gambar, suara, broadcast message langsung ke contact BBM, sharingbelakangan ini, sampai menjadi suatu kebutuhan untuk fashion. Blackberry Messenger Aplikasi ini mengadopsi kemampuan fitur atau aktivitas yang populer di kalangan pengguna perangkat telepon genggam. Contohnya fitur di aplikasi GoogleMaps atau Yahoo Messenger hingga aktivitas dengan Facebook atau Twitter. Semuanya bisa didapatkan oleh pengguna perangkat handphon Blackberry pada aplikasi Blackberry Messenger merupakan salah satu keunggulan dari penggunaan perangkat Blackberry selain layanan PushMail. Layanan messenger ini dibuat khusus bagi pemilik Blackberry dan dirancang khusus untuk berkomunikasi di antara pengguna cara menggunakan Blackberry Messenger adalah dengan penghubung nomor PIN yang juga eksklusif dimiliki masing-masing.

Pada dasarnya *Blackberry Messenger* bersifat seperti ruang untuk komunitas virtual, dimana semua orang yang tergabung dapat berkomunikasi dengan siapa saja yang berada di dalam komunitas

²⁴http://blog.fastncheap.com/beepus-membuat-bbm-menjadi-luar-biasa/#ixzz1wIrRJDIX

tersebut. Komunitas virtual bisa juga disebut komunitas yang terjadi pada dunia Maya dan dimana komunikasi dilakukan melalui media sehingga tidak mengharuskan komunkasi langsung atau tatap muka dan bisa dilakukan dimana saja dan kapan saja selama koneksi jaringan internet yang dibutuhkan tetap tersedia selama berkomunikasi.

3. Perkembangan Blackberry Messanger

BBM Blackberry Messenger memiliki beberapa versi terdahulu yang disesuaikan dengan tipe masing-masing perangkat, yaitu:

- a. OTA OS 4.5, untuk tipe 83xx / 81xx
- b. OTA OS 4.6, untuk tipe 9000 Bold
- c. OTA OS 4.6.1, untuk tipe 8900 Javelin
- d. OTA OS 4.7, untuk tipe 95xx

Research In Motion (RIM) sebagai pemegang lisensi *Blackberry* secara resmi meluncurkan *Blackberry Messenger* versi terbaru yaitu OTA OS 5.0 untuk tipe 83xx / 81xx, 9000 Bold, 8900 Javelin, 95xx pada tanggal 13 Oktober 2009 di Indonesia. Research In Motion (RIM) secara resmi meluncurkan (*Blackberry Messenger*) untuk playbook dengan cara menghubungkan Blackberry yang dihubungkan dengan Blackberry bridge. *Fitur (Blackberry Messenge)* versi 4.5/4.6/4.6.1/4.7

Aplikasi *Blackberry Messenger* versi 4.5/4.6/4.6.1/4.7 mempunyai tampilan yang masih sangat sederhana, yang hanya terdiri dari nama-nama kontak dan status.

1) Menampilkan Kontak dan Status

status dari masing-masing pengguna untuk membuat suatu hubungan antar pengguna perangkat Blackberry di dalam BBM (Blackberry Messenger), pengguna harus menambah kontak dengan cara memasukkan nomor PIN dari pengguna lain. selain menggunakan nomor PIN, menambah kontak bisa dilakukan dengan memasukkan alamat surat elektronik masing-masing pengguna. Blackberry Messenger juga dapat menampilkan status Masing-masing pengguna yang akan muncul bersama dengan daftar kontak. pengguna dapat memperbaharui status kapanpun dan dimanapun, hanya dengan mengetik status yang diinginkan di kolom status.

2) Berbagi Berkas

Pengguna *Blackberry Messenger* juga dapat membagi berkas yang berupa data selain foto dan suara, kontak telepon dan kontak *Blackberry Messenger* antar sesama pengguna. berkas yang dikirimkan melalui aplikasi ini dapat tersampaikan ke pengguna yang dituju secara cepat dan mudah.

3) Percakapan Grup

Dalam *Blackberry Messenger*, pengguna juga dapat membuat percakapan grup. mereka dapat melakukan percakapan dengan beberapa orang dengan waktu yang bersamaan. untuk

membuat suatu grup percakapan pengguna harus mengundang beberapa kontak untuk ikut dalam percakapan dalam grup ini. dalam satu goup beranggotakan maksimal 30.

b. Blackberry Messenger versi 5.0

Versi terbaru dari *Blackberry Messenger* ini tentu saja banyak memiliki kelebihan dibandingkan dengan versi terdahulunya. Aplikasi baru ini juga sudah dapat diunduh langsung di situs resmi Blackberry.

1) Identitas Kode Batang

Jika sebelumnya menambah kontak *Blackberry Messenger* hanya dengan nomor PIN atau alamat surat elektronik saja pengguna, dengan *Blackberry Messenger* versi 5.0, kode batang spesial yang ada di layar *Blackberry Messenger* di masing-masing pengguna perangkatblackberry dapat dipindai secara otomatis dan mengundang kontak baru untuk bergabung dengan daftar kontak BBM (*Blackberry Messenger*) Contohnya dengan menggunakan kamera pada perangkat Blackberry Syaratnya perangkat harus mempunyai kamera untuk memindai kode batang perangkat lain.

Kode batang ini juga dapat memudahkan penggunsesama BBM untuk saling bertukar informasi kontak. Pengguna dapat melihat di ubah Info saya dan dapat digunakan untuk menyimpan data pribadi seperti nama, PIN dari BBM, tautan situs dan yang lainnya.

a. Avatar

Selain nama, pengguna dapat mengatur gambar tampilan sebagai personal avatar mereka Avatar sebagai representasi pengguna tentang dirinya sendiri ataupun egoAvatar dapat secara otomatis terlihat pada kontak BBM *Blackberry Messenger*. versi 5.0 juga mengumpulkan avatar dari semua kontak yang ada dalam kontak Blackberry pengguna.

b. Perbaharui Status

Blackberry Messenger versi 5.0 dapat memungkinkan pengguna dapat memantau perubahan status dari setiap kontaknya. pengguna bisa meng-klik panel keadaan terbaru di atas panel info tampilan Messanger untuk menampilkan daftar kontak yang baru saja memperbaharui status. Notifikasi akan selalu muncul di panel keadaan terbaru setiap kontak lain memperbaharui status mereka.

c. Kontak Cadangan

Jika pada versi *Blackberry Messenger* terdahulu, cara menjaga data PIN kontak *Blackberry Messenger* adalah dengan menyalin ke buku Alamat,dengan *Blackberry Messenger* versi 5.0, pengguna hanya tinggal meng-klik saja salin daftar kontak di tampilan menu pilihan tempat penyimpanan untuk menyimpan data kontak bisa ke memori internal atau memori eksternal.

d. Pesan Penyiaran

Membagi info ke seluruh atau beberapa kontak tidak perlu dengan cara mengetiknya satu persatu. klik pesan penyiaran pada menu untuk mengirim info yang sama ke beberapa kontak sekaligus. klik semua untuk mengirim pesan yang sama ke semua kontak, atau pilih beberapa kontak saja dengan memilih nama-nama kontak tertentu dari daftar kontak.

e. Membagi Lokasi

Jika ingin membagi lokasi dari posisi berada atau ingin membagi lokasi sebuah tempat, klik Kirim Lokasi pada menu. Pilihan untuk mengirimkan lokasi bisa langsung dari lokasi berada dengan memanfaatkan permintaan mengatur lokasi dimana kita berda notifikasi kedekatan dengan kontak lain.

f. Fungsi Grup Baru

Pada Blackberry Messenger versi sebelumnya, fasilitas untuk melakukan percakapan secara berkelompok memang sudah ada. Hanya saja pada Blackberry Messenger versi 5.0, fasilitas percakapan secara berkelompok ini bisa disertai dengan subyek obrolan. Jadi kontak yang baru diundang ketika percakapan sudah berlangsung tidak akan bingung untuk mengikuti topik percakapan. Aplikasi ini memungkinkan pengguna membuat atau bergabung dengan grup seseorang untuk tetap terhubung dan berbagi pengalaman secara waktu

yang asli, pengguna juga dapat melakukan percakapan maya dan berbagi pembaharuan lokasi, alamat, kalender, foto, daftar dan banyak lagi. satu grup dapat menampung sebanyak 30 anggota.

g. Transfer Berkas Berukuran Besar

Dengan *Blackberry Messenger* versi 5.0, pengguna dapat berbagi berkas foto, suara, kontak telepon dan kontak *Blackberry Messenger* berukuran besar sampai dengan ukuran 6MB. *Blackberry Messenger* versi 5.0 ini juga mendukung pengiriman berkas video. Pengiriman berkas melalui *Blackberry Messenger* versi 5.0 ini memungkinkan pengguna untuk mengirimkan berkas secara mudah dan cepat.

h. Lambang Tampilan Awal

Ada kalanya pengguna terlibat dalam percakapan seru dengan salah satu kontak, tetapi disaat yang bersamaan harus mengecek aktivitas lain di perangkat. Jelas agak merepotkan jika harus buka tutup layar *Blackberry Messenger*. Pada *Blackberry Messenger* versi 5.0 terdapat fasilitas untuk menempatkan kontak di layar tampilan awal. Jadi untuk membuka layar percakapan cukup mengakses dari lambang kontak yang ditempatkan pada tampilan awal.²⁵

²⁵http://id.wikipedia.org/wiki/BlackBerry#Sejarah Blackberry di Indonesia

4. Berikut Simbol - simbol dari BBM Blackberry Messange

a. Layar Daftar Kontak

Ikon-ikon ini muncul di layar utama di BBM.

Tabel 2.1 Ikon-ikon BBM (Blackberry Messenger) dan artinya

IKON	KETERANGAN			
*	Item Bar, Untuk menghapus ikon ini, buka setiap item dengan ikon ini.			
(B)	Item BBM Baru, untuk menghapus ikon ini, buka setiap obrolan dengan ikon ini dan setiap item yang memiliki ikon item baru.			
0	Pesan belum dibaca dalam obrolan, Untuk menghapus ikon ini, buka obrolan.			
2 N 2 N 2 N 2 N 2 N 2 N 2 N 2 N 2 N 2 N	Obrolan dibuka			
(Konferensi dibuka,			
	Obrolan atau kontak pesan teks			
	Pemberitahuan ketersediaan disetel			
	Sibuk			
L	Tindakan ditunda			
?	Kontak ditunda			
?	Pesan sistem			

pada layar obrolan ini yang mana ikon-ikon ini muncul dalam obrolah.

Jadi beberapa ikon ini menunjukkan status dalam pesan yang anda kirim ke kontak.

Tabel 2.2. Icon-icon layar obrolan dan artinya

IKON	KETERANGAN			
)))	Pesan Sedang Dikirim			
~	Pesan Telah Dikirim			
D/	Pesan Telah Sampai			
R	Pesan Telah Dibaca			
X	Pesan Tidak Dapat Dikirim			
	Tombol Emoticon			
9	Lokasi Kontak Saat Ini			

BBM Groups

Ikon-ikon ini muncul pada setiap grup di mana Anda menjadi anggotanya. Anda bisa mengklik beberapa dari ikon ini.

IKON	KETERANGAN			
	Anggota Group			
具	Obrolan Group			
	Gambar Bersama			
須	Daftar Bersama			
	Kalender Group			
9	Administrator Group			
W	Komentar pada gambar atau item daftar			
*	Gambar telah ditandai			
9	Catatan suara telah ditambahkan ke gambar			
8	Pemberitahuan grup baru			

Dan Blackberry Messenger (BBM) ini juga memiliki beberapa fitur, dari fitur yang sering digunakan seperti:

a. Chatting atau Obrolan

Ini merupakan fitur *Blackberry Messenger* secara mendasar dimana pengguna saling berinteraksi secara bebas tentang apa saja ataupun mengomentari status dari pengguna *Blackberry Messenger* lainnya. Melalui perubahan obrolan, memungkinkan pengguna dapat memantau perubahan status dari setiap kontaknya. Pengguna bisa meng-klik panel keadaan terbaru di atas panel info tampilan *Blackberry Messenger* untuk menampilkan daftar kontak yang baru saja memperbaharui status. *Notifikasi* akan selalu muncul di panel keadaan terbaru setiap kontak lain memperbaharui status mereka.

b. Send Picture

Meliputi penggunaan dengan menggungah sebuah gambar, sehingga pengguna-pengguna lain dapat melihat gambar tersebut ataupun saling mengomentari gambar tersebut satu dengan yang lainnya.

c. Send File

Meliputi penggunaan yang lebih luas, tidak hanya gambar, tetapi bisa saja daftar contact, calendar, rekaman suara, video dan lainlain. pengguna *Blackberry Messenger* juga dapat membagi berkas yang berupa data selain foto dan suara, kontak telepon dan kontak *Blackberry Messenger*. di antar sesama pengguna berkas yang

dikirimkan melalui aplikasi ini dapat tersampaikan ke pengguna yang dituju secara cepat dan mudah.

d. Send location

Mencangkup penggunaan Blackberry Messenger jika pengguna ingin membagi lokasi dari posisi berada atau ingin membagi lokasi sebuah tempat, klik kirim lokasi pada menu. Pilihan untuk mengirimkan lokasi bisa langsung dari lokasi berada dengan memanfaatkan fitur GPS, atau dari data lokasi yang telah disimpan sebelumnya di Peta Blackberry. permintaan lokasi

e Smile

Mencangkup representasi perasaan penguna seperti muka tersenyum, tertawa ataupun menangis.jatuh cinta. sehingga pengguna yang sedang berkomunikasi bisa saling memahami perasaan masingmasing.

Komunikasi Virtual, komunikasi virtual dimana proses penyampaian pesan yang dikirimkan melalui media atau *cyberspace* (Werner, 2001; 447). Komunikasi virtual bisa dikatakan berkomunikasi melalui dunia maya. Dalam model komunikasi virtual contohnya adalah seperti *chating*, *browsing*, dan email melalui internet. Komunikasi virtual (*virtual communications*) sering disalah pahami sebagai "Alam Maya" namun sebenarnya keberadaan system elektronik itu sendiri adalah konkrit di mana komunikasi virtual sebenarnya dilakukan dengan representasi informasi digital yang

bersifat diskrit. Hal ini menjadi nyata sejak penggunaan *Blackberry Messenger* menjadi popular dan semakin mendongkrak kebutuhan internet sebagai salah satu media berkomunikasi.

Menurut Bungin (2006; 293) Manfaat berkomunikasi yang dilakukan secara virtual, di antaranya yaitu dalam komunikasi lebih pertukaran informasi bisa dilakukan dengan cepat meskipun komunikasi dilakukan dalam kondisi jarak yang jauh, tidak perlu menunggu waktu yang lama. Hal ini bisa dilakukan khususnya apabila menggunakan fasilitas yang memungkinkan melakukan komunikasi yang synchronous.

Komunikasi virtual bisa dilakukan secara real time juga unreal time. Secara real time artinya komunikasi dilakukan secara langsung, komunikator dan komunikan berinteraksi pada waktu yang sama, tanpa penundaan waktu untuk memberi respon atas pesan yang diterima (synchronous system). Sedangkan unreal time yaitu kebalikan dari yang real time, ada penundaan waktu respon atas pesanpesan yang disampaikan oleh para pihak yang berkomunikasi (asychronous system). Bisa individual atau grup.

Komunikasi virtual bisa dilakukan baik secara *oneto one*, satu orang dengan satu orang, maupun secara kelompok (group). bisa dipilih sesuai dengan keperluan Jumlah dan jenis pesan bisa besar dan beragam. keuntungan atau kelebihan lainnya dari komunikasi virtual ini adalah jumlah pesan atau informasi yang disampaikan bisa banyak

dan dalam berbagai bentuk pesan teks, suara, dan gambar. Atau bahkan gabungan dari ketiga jenis pesan tersebut

5. Kajian Teori

Sebagaimana pengertian yang telah difahami bahwa teori adalah seperangkap konsep, definisi dan proposisi yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematik, melalui spesifikasi hubungan antar variabel, sehingga dapat berguna untuk menjalankan fenomena secara sistematis karena kedudukan teori dalam penelitian kualitatif hanya sebagai bekal perbandingan antara paradigma penelitian secara empiris dan penelitian fenomologis hal ini, karena dalam penelitian kualitatif, teori dipandang sebagai penguat subjektivitas penelitian, sehingga prinsip-prinsip penelitian kualitatif tidak terlalu memerlukan teori. Dan disimpan karena pandangan awalnya senantiasa kembali kepada apa yang ada, yang membiarkan fenomena menampakkan diri dan menjelaskan dirinya sendiri. 26

Dengan demikian peneliti menggunakan Teori Difusi Inovasi adalah teori tentang sosial terhadap perubahan-perubahan sosial seperti masyarakat postmoderen, inovasi adalah merupakan pilihan gaya hidup mereka, Namun pada masyarakat moderen melihat inovasi secara rasional, sedangkan masyarakat transisi, inovasi sebagai suatu yang harus di coba dan dibuktikan²⁷

²⁶ Aififudin, Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia 2009), hal. 74-75

²⁷Burhan Bungin, Sosiologi Komunikasi. (Jakarta: Prenada Media Group, 2008), hal. 156

Everett M. Rogers (1983: 165) mengatakan, merumuskan kembali teori ini dengan memberikan asumsi bahwa sedikitnya ada 5 tahap dalam suatu proses difusi inovasi, yaitu pengetahuan, kesadaran individu, akan adanya inovasi dan pemahaman tertentu tentang bagaimana inovasi tersebut berfungsi yang kedua persuasi individu membentuk atau memiliki sifat yang menyetujui atau tidak menyetujui inovasi tersebut.ketiga keputusan individu terlibat dalam aktivitas yang membawa pada suatu pilihan untuk mengadopsi inovasi tersebut, dan ke empat pelaksanaan individu melaksanakan dan keputusan dan kelima konfirmasi individu yang menguatkan keputusan yang telah diambil²⁸

Teori ini meyakini bahwa sebuah inovasi terdifusi ke seluruh masyarakat dalam pola yang bisa diprediksi. Beberapa kelompok orang akan mengadopsi sebuah inovasi segera setelah mereka mendengar inovasi kelompok masyarakat lainnya tersebut. Sedangkan beberapa membutuhkan waktu lama untuk kemudian mengadopsi inovasi tersebutteori kurva dari adopsi inovasi, dan pentingnya komunikasi interpersonal, bagi peneliti efek media beberapa dekade kemudian Tarde melihat bahwa beberapa orang dalam komunitas tertentu merupakan orang yang memiliki ketertarikan lebih terhadap ide baru, dan dan hal-hal teranyar, sehingga mereka lebih berpengetahuan dibanding yang lainnya. Orang-orang ini dinilai bisa memengaruhi komunitasnya mengadopsi sebuah inovasi yang dimaksud dengan ide baru merupakan

²⁸Burhan Bungin, Sosiologi Komunikasi...hal 279

inovasi dari media BBM yang mana dengan adanya *Auto Text* mereka dapat dengan mudah untuk menggunakan bahasa *Text* Gaya komunikasi untuk menyampaikan pesan, perasaan, sakit, jatuh cinta, dengan model simbol-simbol.

Gaya komunikasi pengguna BBM Blackberry Messenger mempelajari Inovasi Tahapan ini merupakan tahap awal ketika masyarakat memulai melihat, dan mengamati inovasi baru Teori penggunaan dan pemenuhan kebutuhan bahasa Inggris (Uses and Gratification Theory) adalah salah satu teori komunikasi dimana titik-berat penelitian sebagai penentu dan Media dianggap hanya menjadi salah satu cara pemenuhan kebutuhan dan individu bisa jadi menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka, Teori penggunaan dan pemenuhan kebutuhan menggunakan pendekatan ini berfokus terhadap audiens member. dimana Teori ini mencoba menjelaskan tentang bagaimana audiens memilih media yang mereka inginkan yang merupakan audiens khalayak yang secara aktif memilih dan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda – beda di dalam mengkonsumsi media.²⁹

Menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumlerm dan Michael Gurevitch uses and gratifications meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa pendekatan ini secara kontras membandingkan efek dari media prosespenyampaian komunikasi lebih efektif dan efek dari media

²⁹ Stanley J. Baran Dennis K Davis, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2010), hal 383

massa Gaya komunikasi pun menjadi sesuatu hal yang fenomenal ditambah dengan munculnya Media BBM.³⁰

³⁰ Joseph A. Devito, Komunikasi Antar Manusia, (Jakarta: Professional Books, tt), hal.

BAB III

PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subyek, Objek dan Lokasi Penelitian

1. Subyek Penelitian

Tabel 3.1 Tabel Nama-nama Informan Mahasiswa prodi Ilmu komunikasi

		7 /		
NO	Nama	Jenis	Usia	Lama
		Kelamin		menggunakan
				BBM
	Rinja ayu	Perempuan	22	3 Bulan
2.	Rustina	Perempuan	25	4 Bulan
3.	Rimadhani arpilisa	Perempuan	22	5 Bulan
4.	Ajeng maysaroh	Perempuan	22	3 Bulan
5.	Sri Susanti	Perempuan	21	7 Bulan
6.	Ifan rosyid assidiqy	Laki	23	10 Bulan

Subyek penelitian ini adalah orang yang dimintai informasi mengenai obyek penelitian, diantaranya adalah Mahasiswa khusus program studi komunikasi, semester delapan Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Alasan dijadikan informan yang mana sesuai dengan kriteria yakni pengguna BBM (*Blackberry Messenger*) yang mana sering menggunakan bahasa simbol,animasi,atau pun tex auto sebagai

Gaya komunikasi sesama pengguna BBM, yang mempunyai simbol dari gaya bahasa berkomunikasi sehari-hari dalam media BBM (Blackberry Messenge)r. yang mana mahasiswa lebih faham akan maksud dari simbol-simbol tersebut sebagai gaya komunikasi sesama pengguna BBM, dan mahasiswa faham terkait dengan tren gaya bahasa pada media khususnya BBM (Blackberry Messenger) dengan begitu peneliti lebih muda untuk mengetahui mana subyek atau informan yang akan di mintai informasi mengenai opini mereka tentang fenomena penggunaan BBM sebagai Gaya komunikasi yang menjadi trend, unik yang menjadi khas dari pengguna media BBM (Blackberry Messenger), dan untuk jenis informan ini peneliti mengambil jumlah informan enam jumlah perempuan lima dan satu Laki-laki, mahasiswa dari Fakultas Dakwah Ilmu Komunikasi.

2. Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini obyek yang pertama yakni Gaya komunikasi pengguna BBM (Blackberry Messanger) pada mahasiswa yaitu penggunaan media BBM sebagai Gaya komunikasi, dari fitur handphone Blackberry ini seperti halnya chatting, teknologi informasi berfungsi sebagai sarana komunikasi atau penunjang aktivitas keseharian,pada Mahasiswa ilmu komunikasi Faklutas Dakwah. mereka dapat berkomunikasi terjalin lebih akrab dengan menggunakan media BBM (Blackberry Messanger) yang merupakan sebuah teknologi sebagai komunikasi yang menjadi tren pada abad 21 seperti pesan *Text* lebih cepat, dan Gaya komunikasi beragam melalui simbol-simbol animasi yang mana sebagai Gaya komunikasi tanpa harus mengeksplor kata lebih banyak lagi, atau memperjelas maksud dari penyampaian gaya bahasa selain itu banyak kegunaan di dalam *fitur* media BBM.

Namun pada dasarnya salah satu kebutuhan manusia adalah berkomunikasi dan berinteraksi dengan manusia lainnya kebutuhan sosialisasi, interaksi, dan komunikasi menyebabkan manusia berkumpul, bersekutu dalam suatu wadah yang disebut komunitas. Manusia disebut pula sebagai *hommo socius* karena tidak dapat hidup sendiri tanpa manusia lain. obyek simbol komunikasi yang berfungsi sebagai sarana untuk memperesentasikan atau menjelaskan suatu hal yang bersifat abstrak.

Komunikasi merupakan proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang yang bermakna bagi kedua belah pihak, dalam situasi yang tertentu komunikasi mengunakan media dan apa yang di timbulkan dari *feedback* efek dari sesama pengguna BBM (*Blackberry Messenge*)r dengan Gaya komunikasi yang khas, dengan simbol-simbol Animasi, Musik Status pribadi tanpa harus banyak mengeksplor kata-kata.

Dengan begitu deskripsi pada obyek penelitian ini yakni mengenai Gaya komunikasi pennguna BBM pada Mahasiswa, yang mana menjadi suatu fenomena atau tren dalam gaya berkomunikasi.

3. Deskripsi Lokasi penelitian

a) Lokasi Penelitian

Pemilihan lokasi ini didasarkan atas pertimbangan disamping letaknya strategis juga terlihat sudah banyak yang menggunakan media *fitur* BBM.

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya yang berlokasi di jalan Ahmad Yani 117 Surabaya selatan. Dilihat secara geografis, lokasi kampus IAIN Sunan Ampel Surabaya, tepat berada disebelah timur jalan yang merupakan jalur utama gerbang kota surabaya. Kampus IAIN Sunan Ampel Surabaya, tepat berada di depan kantor kepolisian jawa Timur (Polda Jatim), Universitas Bayangkara (UBHARA), dan Graha pena (PT. Jawa Pos).

Sedangkan disebelah utara terdapat bangunan "JATIM EXPO INTERNASIONAL" dan disebelah selatan terdapat Perum Peruri yang bergerak dibidang pembuatan materai. Fakultas Dakwah merupakan salah satu Fakultas dilingkungan IAIN Sunan Ampel Surabaya yang terdiri megah disebelah Timur Laut menghadap kebarat berikut gambar peta lokasi menuju IAIN Sunan Ampel Surabaya. 30

30 http://www.Sunan-ampel ac.id/

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 1.3 Peta Menuju IAIN Sunan Ampel Surabaya



Sarana perkuliaan Fakultas Dakwah ini terdiri dari dua gedung masing-masing tiga lantai dengan luas keseluruan 2.840 m² yang memiliki ruang perkuliaan, aula, ruang komputer,ruang dosen, laboratorium fotografi, laboratorium psikologi dan konseling serta laborotarium design grafis dan animas. Hal ini juga diperkuatoleh surat Keputusan tentang penyelenggaraan program studi umum yang dikeluarkan oleh Departemen Agama melalui Direktorat Jenderal Pembinaan Kelembagaan Agama Islam pada tanggal 29 Nopember 2001 dengan nomor: E/283/2001.

Prodi Ilmu Komunikasi yang ada di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya ini, melakukan penajaman Prodi, dengan cara membuka minat studi yang tidak lain merupakan paket unggulan kompetitif tawaran prodi, disamping ciri keislamannya

terus ditingkatkan. Adapun minat studi yang dimaksud adalah Advertaising, Broadcasting, dan Public Relation.

a) Tujuan Prodi Ilmu Komunikasi

Tujuan umum Prodi Ilmu Komunikasi adalah menghasilkan tenaga ahli dalam bidang komunikasi yang³¹

- Berwawasan keindonesiaan dan keagamaan yang berorientasi masa depan berkepribadian muslim
- Memiliki integritas yang tinggi, terbuka, dan responsive terhadap perubahan dan perkembangan Ilmu Komunikasi yang semakin akseleratif.

b) Profil Minat studi Ilmu Komunikasi

1) Minat Studi Advertaising

Dalam minat studi ini,mahasiswa dipersiapkan untuk memiliki pengetahuan dan pengawasan kebangsaan dan keagamaan serta memiliki pengetahuan dan keahlian dibidang periklanan dalam media cetak dan elektronik . dan Kecakapan yang dibutuhkan dalam bidang ini adalah bahasa inggris , penguasaan program computer (adobe primer,auto cad, corel draw, free hand,page maker, photoshop, dan 3D max) serta kemampuan menggambar (illustrator).

Minat studi ini menghasilkan sarjana Stara satu (S1) Ilmu Komunikasi yang memiliki wawasan kebangsaan serta keagamaan

³¹Company Profile Prodi Ilmu Komunikasi 2004 : comunication Pers

,pengetahuan dan keahlia dibidang periklanan, dan siap mengembangkan diri dibidang periklanan baik di radio,televisi,dan surat kabar, serta dapat mengikuti perkembangan ilmu komunikasi.

Adapun profil Lulusan minat studi ini adalah:

- a) Memiliki kemampuan bekerja sebagai tenaga
 perencana,pengatur,Pengawas, dan pelaksanaan kegiatan
 bidang periklanan.
- b) Mampu merumuskan, mengantisipasi, dan menyelesaikan masalah dibidang periklanan.
- c) Mampu mengembangkan aplikasi komunikasi pemasaran dan komunikasi kreatif periklanan dimasa depan.
- d) Mampu bekerja atau mengelola usaha dibidang periklanan.
- e) Mampu bekerja sebagai tenaga akademisi di bidang Ilmu Komunikasi.

2) Minat Studi Brocasting

Dalam minat studi ini, Mahasiswa dipersiapkan untuk memiliki pengetahuan ,wawasan kebangsaan, dan keagamaan serta memiliki pengetahuan dan keahlian dibidang penyiaran ini adalah bahasa inggris, penguasaan program computer (adobe premier,auto cad,corel draw, free hand, page maker, photoshop, dan 3D max) serta kemampuan dalam hal ini imaginatif (pembuatan script televise dan radio).

Minat studi ini menghasilkan sarjana Stara satu (S1) Ilmu Komunikasi yang memiliki wawasan kebangsaan serta keagamaan serta memiliki pengetahuan dan keahlian dibidang perinyiaran radio dan televise, dan siap mengembangkan diri dibidang radio, televise, serta dapat mengikuti perkembangan ilmu dan Teknologi Komunikasi, Adapun profil lulusan dalam minat studi ini nantinya adalah:

- a) Memiliki kemampuan bekerja sebagai tenaga perencana,
 Pengatur, Pengawas, dan pelaksanaan kegiatan bidang penyiaran Radio dan Televisi
- b) Memiliki kemampuan merumuskan, mengantisipasi, dan menyelesaikan masalah dibidang penyiaran radio dan televisi.
- c) Mampu mengembangkan aplikasi komunikasi terapan untuk radio dan televisi serta dapat mengikuti perkembangan teknologi komunikasi di masa depan.
- d) Mampu bekerja atau mengelola usaha dibidang Radio dan Televisi.
- e) Mampu bekerja sebagai tenaga akademisi di bidang Ilmu Komunikasi.

3) Minat Studi Public Relation

Dalam minat studi ini, mahasiswa dipersiapkan untuk memiliki pengetahuan dan pengawasan kebangsaan dan keagamaan serta memiliki pengetahuan dan keahlian dibidang Public Relation. Kecakapan yang dibutuhkan dalam bidang ini adalah bahasa inggris, penguasaan program computer (microsoft office, world, excel, power poin, dan SPSS) serta penguasaan teknologi komunikasi, kemampuan vocal (retorika dan presentasi).

Minat studi ini menghasilkan sarjana Stara(S1) Ilmu Komunikasi yang memiliki wawasan kebangsaan serta keagamaan, pengetahuan dan keahlian dibidang kehumasan, dan siap mengembangkan diri dibidang human relation, baik di lembaga- lembaga profit maupun non profit serta dapat mengikuti perkembangan Ilmu dan Teknologi Komunikasi.

Adapun profit lulusan dalam minat studi ini adalah:

- a) Mampu bekerja sebagai tenaga perencana,pengatur, pengawas,dan pelaksanaan kegiatan bidang kehumasan.
- b) Mampu merumuskankan, mengantisipasi, masalah dibidang kehumasan.
- c) Mampu mengelola usaha dibidang kehumasan
- d) Mampu mengembangkan aplikasi komunikasi pemasaran dan kehumasan di masa depan
- e) Mampu bekerja sebagai tenaga akademisi di bidang Ilmu Komunikasi.

B. Deskripsi Data Penelitian.

 Profil Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel yang Menggunkan BBM Blackberry MessangerGaya Komunikasi sebagai berikut :

Rinja ayu merupakan mahasiswi IAIN Sunan Ampel Surabaya, biasanya dipanggil dengan sebutan nama rinja, mahasiswi ini ber asal dari kota ponorogo, lahir pada taggal 18 Februri 1990, ia merupakan mahasiswi semester delapan di jurusan ilmu komunikasi konsen pada bidang *Broadcasting*.

Rustina mahasiswi IAIN Sunan Ampel Surabaya berasal dari kota beriman, Jombang. Lahir pada 6 Oktober 1987 dia merupakan mahasiswi pekerja keras yang mempunyai cita-cita sebagai wartawa, mahasiswi ini konsen di bidang komunikasi *Public relation* (humas).

Rimadhani Arprilisa mahasiswi asal sidoarjo kelahiran tahun 1990, semester delapan jurusan Ilmu komunikasi konsen pada bidang (*Brocasting*). selain itu mahasiswi ini aktif juga di bidang musik RED Band Fakultas Dakwah di IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Ajeng Maysaroh Mahasiswi asal sidoarjo kelahiran tahun 1990, semester delapan mahasiswi ini konsen pada bidang *Advertaising* (periklanan).

Sri Susanti, mahasiswi ini berasal dari kota Lamongan semester delapan di jurusan ilmu komunikasi konsen dibidang *Brocasting*, selain itu

mahasiswi ini juga aktif pada teater sua yang ada pada di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Ifan rosyid assidiqy biasanya dipanggil Ifan ia merupakan Mahasiswa asli kota Surabaya. kelahiran tahun 1989 jurusan Ilmu komunikasi konsen pada bidang *Advertaising*.

Dari beberapa profil diatas merupakan Mahasiswa ilmu komunikasi Fakultas dakwah. yang ditunjuk peneliti sebagai informan yaitu pengguna BBM (*Blackberry Messenger*) sebagai Gaya komunikasi mahasiswa.

a. BBM (Blackberry Messenger)

BBM (*Blackberry Messenger*), merupakan alasan terbanyak mengapa orang mengunakan *fitur* dari handphone Blackberry. *fitur* BBM ini memang sangat populer dan banyak disukai penggunanya terutama di Indonesia. Pengguna handphone Blackberry dapat saling terhubung, dengan saling mengirimkan BBM dan saling bertukar PIN. Pengguna lebih praktis, nyaman dan mudah berkomunikasi dengan BBM ketimbang dengan menggunakan SMS yang mana mempunyai kepuasan tersendiri.

Menurut aku sihh..BBM itu merupakan kebutuhan yang selalu menemani aku, dimanapun aku berada karena Media BBM ini bisa dikatakan menjadi sebuah kebutuhan dan sudah menjadi gaya berkomunikasi sehari-hari cepet serba hemat pulsa. 32

32 Hasil Wawancara dengan Rinja ayu yang dikelola peneliti chatting Melalui *Blackberry Messenger* 15 Juli 2012

Dengan berkembangnya teknologi komunikasi handpone sudah menjadi bahan pokok kebutuhan berkomunikasi, akan tetapi handpone mempunyai banyak fungsinya selain buat telephon dan SMS, dengan kemunculan BBM mahasiswapun sangat berperan dengan fenomena yang ada menurut Mahasiswi komunikasi brocasting pendapat mengenai media BBM sebagai gaya komunikasi.

Menurut anda apa bedanya gaya komunikasi SMS, dan BBM?

Sangadd..sangadd beda memang sama sih bentuknya tulisan,tetapi BBM bagai saya mempunyai daya tarik tersendiri, berkomunikasi pun bisaa lebih efektif bisa kirim-kirim gambar, suara, kirim pesan lebih cepet dan masih banyak lagi³³

Jadi, Gaya komunikasi melalui media, bermacam-macam dan mempunyai ciri khas yang berbeda daripada yang lain dan BBM yang merupakan gaya <mark>bahasa cara kom</mark>unika<mark>si</mark> pun berbeda dari komunikasi.

Apa menurut anda tentang Media fitur BBM (Blackberry Messenger)?

> Bagi saya BBM merupakan Gaya berkomunikasi yang yang menjadi tren apalagi bagi mahasiswa baik disadari maupun tidak. fenomena ini bukan saja oleh kelompok yang mudah menerima teknologi seperti pemuda, eksekutif, dan pekerja. orang awam pun juga tidak ketinggalan ikut berperan dalam penerapan teknologi informasi dan komunikasi.³⁴

Menurut Rimadani aprilisa mahasiswi ilmu komunikasi brocasting

Messenger 15 Juli 2012

Hasil Wawancara dengan Sri Susanti yang dikelola peneliti chatting Melalui Blackberry Messenger 15 Juli 2012

³³ Hasil Wawancara dengan Aprilisa yang dikelola peneliti chatting Melalui *Blackberry*

BBM itu merupakan teknologi komunikasi untuk mempermudah dalam berkomunikasi dan sudah menjadi gaya berkomunikasi apa lagi mahasiswa lebih mehemat biaya sms,telfon, bisa sharing foto semuanya lebih hemat pokoknya jadi BBM mempunyai banyak gaya cara berkomunikasi³⁵

Sedangkan menurut Mahasiswa Ilmu Komunikasi Advertaising

Ifan,

Klo bagi aku BBM is the best, sampai skg ini masih bikin enjoy dalam berkomunikasi Asiikk....ha..ha,,,ha,,³⁶

Kalo bagi ak BBM merupakan sebuah teknologi komunikasi yang mampu memenuhi kebutuhan, khususnya dalam berkomunikasi sehari-hari dan tentunya bisa menghemat biaya pulsa cocok buat mahasiswa.³⁷

b. Penggunaan BBM (Blackberry Messenger)

Dengan adanya penggunaan BBM yang menjadi fenomena dapat dikaitkan dengan berbagai gaya dalam berkomunikasi apa lagi dengan adanya pengguna BBM (*Blackberry Messenger*) yang mana dengan tulisan-tulisan khas, unik yang menjadi beda dari pada media lain

Apa kah anda setuju kalo gaya komunikasi pengguna BBM selalu Lebay (berlebih-lebian)?

Tidak setuju, bawasannya BBM itu kan merupakan media komunikasi yang mana BBM-an sesama pengguna bisa terjalin saling akrab dan dekat, walaupun berada jauh³⁸

³⁶ Hasil Wawancara dengan Ifan Asid yang dikelola peneliti chatting Melalui *Blackberry Messenger* 15 Juli 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

³⁵ Hasil Wawancara dengan Rinja ayu yang dikelola peneliti chatting Melalui Blackberry Messenger 15 Juli 2012

³⁷ Hasil Wawancara dengan Rinja ayu yang dikelola peneliti chatting Melalui *Blackberry Messenger* 15 Juli 2012

³⁸ Hasil Wawancara dengan Rustina yang dikelola peneliti chatting Melalui *Blackberry Messenger* 15 Juli 2012

Menurut Ajeng Maysaroh mahasiswi Ilmu komunikasi jurusan

Advertaising

Biasa aja sih..ndak lebay kan kreatif-kreatifan bahasanya dengan adanya *Auto Text* bagaimana kita mengelola *Auto text* biar beda³⁹

Sedangkan menurut pendapat mahasiswi Brocasting Rinja ayu.

Ya gak lah..bukan lebay dengan adanya bahasa pengguna BBM yang lucu-lucu animasi, jadi kita bisa ngobrol enk gak tegang,bisa akrab ngobrol yang begitu gak kenal ketemu tp pas BBM akrab, jd ya bisa mengakrabkan lah

Klo bagi saya asyik ajaa unik-unik gak bikin gak bosen kalo ngobrol-ngobrol gt bikin Cemungud pokoknya hehehehhehe denngan animasi-animasi dari BBM sendiri⁴⁰

Penggunaanya simpel mbak...kita bisa memanfaatkan apa yang ada simbol-simbol dan berkomunikasipun bisa ngetik sebanyak-banyaknya kata, karakter heman biayaa bayar paketan bebas biaya lagi.⁴¹

Gaya pengguna BBM kebanyakan kayak org Autis di jak ngobrol sering gak nyambung lebih suka BBM-an disamping kadang aja dianggep kayak patung. 42

c. Ketertarikan penggunaan BBM (Blackberry Messenger)

Dengan banyaknya berbagai media sosial network yang ditawarkan dunia TI Teknologi ilmu komunikasi seperti Androit, ipad, kenapa anda tertarik menggunakan BBM (Blackberry Messenger).

⁴⁰Hasil Wawancara dengan Rimadhani Aprilisa yang dikelola peneliti melalui *Blackberry Messenger* 15 Juli 2012

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

 $^{^{39}}$ Hasil Wawancara dengan Ajeng Maysaro yang dikelola peneliti melalui $\it Blackberry$ $\it Messenger$ 15 juli 2012

Messenger 15 Juli 2012

41 Hasil Wawancara dengan Ifan yang dikelola peneliti melalui Blackberry Messenger 15 juli 2012

⁴² Hasil Wawancara dengan Rinja Ayu yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry Messenger* 15 Juli 2012

Kalo menurut aku ya dengan BBM lebih murah, irit, dan gak tanpa membeli pulsa hanya 1 kali saja, kita bisa menikmati BBM sepuasnya bisa kirim suara, gambar, dan masih banyak lagi. cocok bagi saya apa lagi Mahasiwa, dan disamping itu orang terdekat saya sama pengguna BBM jadi, saya belum tertarik sama media lain love BBM hehheheh...4

Apa yang menurut anda menarik dari Gaya berkomunikasi lewat BBM (Blackberry Messenger)?

> Kalo menurut saya, cukup menarik soale aku suka update status hehhehehe.... dimana aku berda, bisa curhat trus bisa dapet brocast info-info tiap pagi-malam tetapi kadang bikin bosen juga menggangu. Heehheh. 44

> Sedangkan menurut Mahasiswa Ilmu komunikasi Advertaising

Ajeng maysaroh

Bagi saya unik aja kalo chating lewat BBM gak bosenin dengan tulisan yang menjadi khas lucu-lucu beda dari pada yang lain. Buktinya saja kalo dijak ngobrol banyak yang gak nyambung kalo asyik BBM-an kayak org autis, tertawatertawa sendiri dengan melototin BBM⁴⁵

Aplikasi apa yang anda sukai dari gaya komunikasi anda

waktu BBM-an (Blackberry Messenger)?

Ada beberapa aplikasi yang saya sukai dari BBM diantaranya Fancy Smiley dimana banyak karakter-karakter yang bisa saya gunakan untuk menggambarkan kondisi saya saat itu jd gak boros kata waktu update status. Wakakkaaka..⁴⁶

⁴³ Hasil Wawancara dengan Sri Susanti yang dikelola peneliti chatting melalui Blackberry Messenger 15 Juli 2012

⁴⁴ Ruatina

⁴⁵ Hasil Wawancara dengan Rustina yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry* Messenger 16 Juli 2012

⁴⁶ Hasil Wawancara dengan Ifan Assidiqi yang dikelola peneliti chating melalui Blackberry Messenger 16 Juli 2012

Aku tertarik makek BBM soalnya banyak yang sudah makek jd seruu aja ngorolnya, asikk gak bikin bosen, jenuh disamping itu juga ka kita dapat menikmati mp3 lah otomatis sesama pengguna BBM tau bisa tuker-tukeran mintak lagu.⁴⁷

d. Manfaat penggunaan BBM (Blackberry Messenger).

Apa manfaat anda dengan penggunan media BBM itu?

Manfaat kalo bagi saya yah karena waktu komunikasi lebih cepet terkirim, dalam ngobrol pun cepet dapat responnya yang tak ajakin BBM-an⁴⁸

Kalo bagi saya siih...manfaat ya lebih cepet dapat info-info *up* to date dari brocast dan cepet aja dapet blz-an kalo kita mengirim pesan.⁴⁹

Manfaat bagi aku yaaa....karena penggunaan BBM (*Blackberry Messenger*) bisa semakin akrab dengan temen-temen. Lebih enak buat sharing-sharing. Bisa di buat-curat-curhatan sak kapoke wakakkak⁵⁰

Klo aku lebih suka pemanfaatan BBM group-group yang ada di BBM bisa *shoping online* tanpa harus belanja ke mall.⁵¹

Sedangkan bagi Rinja ayu mahasiswa Ilmu komunikasi

Brodcating

-

⁴⁷ Hasil Wawncara dengan Ajeng Maysaroh yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry Messenger* 19 Juli 2012

⁴⁸ Hasil Wawancara dengan Rimadhani Aprilisa yang dikelola peneliti chatting melalui *Blackberry Messenger* 19 Juli 2012

Blackberry Messenger 19 Juli 2012

Hasil Wawancara dengan Rinja Ayu yang dikelola peneliti melalui Blackberry Messenger 20 Juli 2012

Hasil Wawancara dengan Rimadhani Aprilisa yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry Messenger* 23 Juli 2012

⁵¹ Hasil Wawancara dengan Rinja Ayu yang dikelola peneliti chating melalui Blackberry Messenger 23 Juli 2012

Manfaat bagi aku ya bisa semakin akrab sama temen-temen yang sering *up to date* BBM, ada kepuasan tersendiri hahahahah.⁵²

Manfaat bisa dibuat ajang bisnis kalo bis beli baju gt gak cocok bisa kita jual deh lewat fto profil minat PM yaah ehhehehehe⁵³

e. Manfaat fitur BBM (Blackberry Messenger)

Apa yang anda suka dari pemanfaatan media BBM?

Manfaat aku sih menghemat biaya sms-an kikikikiki,,,bisa *share* kejadian di taruk fto profile, lewat foto-foto atau *voice* sama temen-temen dan enak dibuat pacaran kalo sama memakai BBM, neg gak percaya gt lagi dimana gak percaya bisa coba mintak fotoin gt⁵⁴

Sedangkan menurut Rustina Mahasiswa Ilmu komunikasi

Public relation?

Kalo aku Media Musik yang mana musik dalam status pengguna Media *fitur* BBM sebagai simbol dari pengungkapkan isi hati yang tersedia dari media handphone blackberry ketika lagi sedih, kita bisa mengutarakan isi hati melalui lagu, melalui MP3 dan otomatis semua kontak BBM akan tau, apa yang kita rasakan ketika kita memutar lagu tersebut, tanpa harus update status dengan banyak mengeksplor ungkapan kata-kata. Gaya komunikasi apa yang kita alami, disaat sakit,jatuh cinta, dan bahkan musik sebagai simbol komunikasi untuk mengungkapkan isi hati kepada seseorang⁵⁵

Sri Susanti mahasiswa Ilmu komunikasi Brocasting

kalo bagi aku ya manfaat BBM enak aja kalo kemana-mana bisa update foto-foto pada fto profil trus apa lagi yah, ada *Voice*

⁵² Hasil Wawancara dengan Ifan Assadiqi yang dikelola peneliti chating melalui Blackberry Messenger 23 Juli 2012

Hasil Wawancara dengan Sri Susanti yang dikelola peneliti chating melalui Blackberry Messenger 23 Juli 2012

Hasil Wawancara dengan Ajeng Maysaroh yang dikelola peneliti chating melalui Blackberry Messenger 23 Juli 2012

55 Hasil Wawancara dengan Rustina yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry*Messenger 23 Juli 2012

note kalo gak ada pulsa bisa langsung kirim peasan suara lebih cepet GPL (gak pakek lama)⁵⁶

Rimadhani aprilisa lisa mahasiswi ilmu komunikasi jurusan Brocasting

Kalo aku sih lebih suka dari pemanfaat gaya komunikasi BBM dengan *Auto Text* bisa dipakek lucu-lucuan kalo BBM gak bikin Bosen kalo sms kan biasa aja tulisannya tp kalo BBM bikin Cemungud apa lg BBM-an sama pacar sama-sama memakai BBM lucuu aja unyu-unyu gambarnya. ⁵⁷

Sangat sering dimanfaatkan apa yang ada biar gak bosen yang di ajak ngobrol BBM-an kalo biasa-biasa aja gak seruuuu.....⁵⁸

Suka buat lucu-lucuan aja biar tambah semangat BBM-an⁵⁹

f. Gaya Sapaan

Gaya sapaan dimana pengguna BMM mempunyai gaya sapaan yang menjadi khas dari pada media sosial network yang lain seperti yang dikatakan oleh mahasiswa-mahasiswi ilmu komunikasi sebagai berikut:

Bagai mana gaya anda dalam menyapa sesama pengguna BBM (Blackberry Messenger)?

Kalo aku sih lebih suka dengan gaya sapan PING-PING aja dalam BBM (*Blackberry Messenger*).⁶⁰

 56 Hasil Wawancara dengan Sri Susanti yang dikelola peneliti chating melalui $\it Blackberry$ $\it Messenger$ 23 Juli 2012

⁵⁷ Hasil Wawancara dengan Rimadahani Aprilisa yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry Messenger* 23 Juli 2012

⁵⁸ Hasil Wawancara dengan Ifan yang dikelola peneliti chating melalui Blackberry Messenger 23 Juli 2012

⁵⁹ Hasil Wawancara dengan Rustina yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry Messenger* 23 Juli 2012

Apa yang anda gunakan dalam gaya komunikasi anda saat menyapa teman kalian sesama pengguna BBM (Blackberry Messenger)?

Klo lagi BTe, gitu aku lebih sukaa PING-PING kontak dengan tujuan menyapa temen-temen yang mana meyakinkan aktif gaknya BBMnya.⁶¹

Menurut Ifan mahasiswa Ilmu komunikasi Advertaising!!

Kalo aku yaa lebih suka PING-PING dulu mbak... soalnya dengan gt kan kita bisa tau sibuk gak nya temen kitaa yang mau dijak ngobrol sukur-sukur kalo di PING diblz PING otomatis kan orang yang kita tuju gak sibuk dan dengan begitu kan tau paket BBM-an off apa on. 62

Buat aku kalo sapaan aku lebih suka ngirim Animasi PING-PONG atau *Add Smile* kalo ngak yaa brocast info ke tementemen.⁶³

Nek aku yaaa suka comen-comen status temen-temen otomatis sama aja nyapa wakakakakak.⁶⁴

g. Waktu penggunaan

Yang dimaksud wakru penggunaan dimana waktu penggunaan ini dalam arti aktifitas gaya komunikasinya dalam penggunaan seharihari dalam berkomunikasi.

⁶⁰ Hasil Wawancara dengan Rinja Ayu yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry Messenger* 23 Juli 2012

⁶¹ Hasil Wawancara dengan Ajeng Maysaroh yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry Messenger* 23 Juli 2012

⁶² Hasil Wawancara dengan Ifan yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry Messenger* 23 Juli 2012

⁶³ Hasil Wawancara dengan Sri Susanti yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry Messenger* 23 Juli 2012

⁶⁴ Hasil Wawancara dengan Rinja yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry Messenger* 23 Juli 2012

Pada saat apa saja menggunakan komunikasi dengan media

BBM (Blackberry Messenger)?

Kalo bagi aku sih pagi-malem BBM hehehhey....asiik walaupun jomblo bias menghibur dengan BBM jd tiap waktu saya *up to date* dengan BBM (*Blackberry Messenger*)⁶⁵

Pada saat aku membutuhkan komunikasi dengan orang-orang disekeliling, hampir 24 jam. lah menggunakan BBM, karena kita berkomunikasi lebih cepet dan seru aja, gak ngebosenin bisa dibuat curhat seperti layaknya kita bertatap muka (face to face). laah, disamping itu dengan tampilan-tampilan lucu seperti Auto Text, dan biasa sharing, dan animasi-animasi lucu bikin tambah semangad BBM hehehhehe. dimana kita berada, sedang apa biasa semakin deket saja dengan adanya BBM ini. 66

Waktu pengguan ya sampek batas habis paketan hehehhe eman kalo gak dipakek BBM-an udah bayar paketan.⁶⁷Apa ya kalo dipakek ya dari pagi-malem eman la-an kalo gak dipakek paketan BBM kh di daftarin⁶⁸

Saat aku jenuh, g banyak masalah bisa update status BBM asyikk aja kalo komen-komen gak ada yang tau soale kan kayak face to face beda kayak FB-an,Twitter biayaa terjangkau menurut aku c soale fasilitas e banyak cucok⁶⁹

Pagi-malem Anyware, hehehehe 70

Kalo lagi ada pulsa aja....!!!⁷¹

_

⁶⁵ Hasil Wawancara dengan Ifan Assidiqi yang dikelola peneliti chating melalui Blackberry Messenger 23 Juli 2012

⁶⁶ Hasil Wawancara dengan Sri Susanti yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry Messenger* 23 Juli 2012

⁶⁷ Hasil Wawancara dengan Rinja Ayu yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry Messenger* 23 Juli 2012

⁶⁸ Hasil Wawancara dengan Rimadhani Aprilisa yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry Messenger* 23 Juli 2012

⁶⁹ Hasil Wawancara dengan Rustina yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry Messenger* 23 Juli 2012

Hasil Wawancara dengan Ajeng Maysaroh yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry Messenger* 23 Juli 2012

⁷¹ Hasil Wawancara dengan Rinja Ayu yang dikelola peneliti chating melalui *Blackberry Messenger* 23 Juli 2012

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian

Dalam mengumpulkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif, peneliti memperoleh data-data mengenai "Gaya komunikasi pengguna BBM (Blackberry Messenger), penelitian yang berguna untuk mengkaji data yang diperoleh peneliti dari informan. langkah pertama dalam penelitian ini adalah menganalisis data yang dikumpulkan adalah melihat kembali usulan penelitian guna memeriksa rencana penyajian data dan pelaksanaan analisis yang ditetapkan dilakukan, peneliti kemudian semula sesudah hal ini menggembangkan strategi penyusuanan data mentah dan melaksanakan perhitungan.¹ Disini peneliti menemui temuan mengenai Gaya komunikasi pengguna BBM pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakutas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

1. Gaya komunikasi

Gaya komunikasi yang terdapat pada pengguna BBM (*Blackberry Messenger*), terdapat simbol seperti gambar Animasi atau *Auto Text*, dan Musik, ini diartikan sebagai contoh yang tersedia dari handphone smartphone Blackberry yaitu *fitur* media BBM, Musik dimana didalamnya tersedia beberapa lagu yang bisa kita nikmati, pesan pribadi dimana para pengguna BBM dapat meng *update* pesan pribadi yang terdapat pada

¹Furchan Arif, *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2007) hlm.513.

media BBM (Blackberry Messenger) dan keterangan informasi, seperti simbol busy, yang artinya sibuk tidaknya menerangkan pengguna BBM ataupun pengguna sibuk. dan gaya komunikasi sapaan sesama pengguna BBM (Blackberry Messenger) dengan simbol PING yang artinya menyapa kontak teman sesama pengguna BBM yang di tujukan. Jadi gaya komunikasi merupakan cara penyampaian dan gaya bahasa simbol-simbol gaya komunikasi.

Gaya merupakan ciri khas dari seseorang yang mana gaya berkomunikasi mempunyai peran yang besangat penting dan dalam komunikasi pengguna BBM ini terdapat berbagai ciri khas masing-masing individu diantranya pesan penyampaian gaya komunikasi yang disampaikan lewat Animasi mimik muka, ekspresi wajah, ataupun dalam bentuk model-model *Auto Text*. dari media BBM itu sendiri animasi yaitu merupakan pesan komunikasi yang disampaikan lewat mimik muka, ekspresi wajah, dalam bentuk model-model animasi contoh, Ekspresi Animasi sebagai bahasa simbol Gaya komunikasi khas

Musik merupakan simbol komunikasi sebagai status menceritakan tentang perasaan. Musik sebagai simbol gaya komunikasi Sementara dalam lagu pesan disebut juga amanat berita. pesan dalam sebuah lirik lagu merupakan suatu hasil karya seni bunyi dalam bentuk lagu yang mengungkapkan pikiran dan perasaan penciptanya melalui irama, melodi, harmoni, bentuk atau struktur lagu dan ekspresi Musik memiliki fungsi sosial yang secara universal umumnya dapat ekspresi emosional pada

berbagai kebudayaan, musik memiliki fungsi sebagai kendaraan dalam mengekspresikan ide-ide dan emosi fungsi komunikasi musik sudah sejak dahulu digunakan untuk alat komunikasi baik dalam keadaan damai hari semakin banyak menggunakan fungsi representasi simbolik

Pengguna BBM dan Gaya bahasa simbolik banyak pengguna BBM (*Blackberry Messenger*) menyisipkan simbol dengan tujuan mempersingkat tulisan yang ditulis, kreasi simbol ini kebanyakan memiliki makna emosional yang sedang terjadi pada pengguna seperti yang dapat kita lihat dalam contoh dibawah ini:

- a. Tertawa: $(^{\wedge} \nabla^{\wedge})^{J}$
- b. *Berdamai* : (' ∽) <mark>४.</mark>
- c. *Heran* : (*_*'!l)
- d. "Kamu slalu buat aku Щ(°Д°щ) "
- e. *Menangis*: ((-)
- f. Mencium: $(\tilde{Z})\varepsilon$
- g. Berdoa: (~~)

Dari diatas merupakan simbol-simbol dalam gaya berkomunikasi yang mana simbol tersebut merupakan gaya khas dari pengguna BBM, dengan gaya komunikasi tulisan *Text* tidak baku dalam berkomunikasi maka gaya tersebut dapat dikatakan sebagai pengakraban dalam komunikasi antara satu dengan yang lain.

2. Pengguna BBM (*Blackberry Messenger*)

Merupakan pesan keseluruhan dari pada apa yang disampaikan oleh komunikator (penyampai pesan). dari Media BBM seperti contoh simbol-simbol media BBM kini berkembang dengan adanya (*Blackberry Messenger*). BBM dengan paket biaya murah untuk pengiriman pesan teks yang tak terbatas.

Dengan demikian pengguna BBM (Blackberry Messenger) tak perlu lagi menggunakan bahasa singkatan-singkatan kata yang kadang karena tidak standar menjadi sulit dipahami oleh pembaca yang dituju. lagi-lagi teknologi yang disediakan perangkat (Blackberry Messenger) sebenarnya sudah bisa mempermudah proses pengetikan. Seperti Auto Text yang dapat mengubah rangkaian huruf tertentu menjadi rangkaian huruf yang lain. Fitur ini pun sudah biasa digunakan atau bahkan disalah gunakan untuk mengetik dan mengirimkan pesan teks beraneka rupa, mulai dari bentuk sederhana muka orang tertawa, sampai sebentuk citra kompleks yang menampilkan rupa-rupa kreatif, atraktif dari situ banyak tertarik dalam penyampaian penggunaan BBM tersebut yang mana, dalam berkomunikasi dianggap tidak membosankan dengan berbagai keunikan khas BBM, selain itu dalam penggunaan BBM juga dapat digunakan sebagai up to date info-info tertentu.

B. Konfirmasi dengan Teori

Kemajuan teknologi yang pesat termasuk pada bidang komunikasi telah melahirkan banyak inovasi ataupun gagasan, ide yang bertujuan untuk memudahkan proses komunikasi masusia menjadi lebih efektif. kemudahan tersebut membuktikan betapa mudahnya seseorang bertukar informasi satu dengan yang lain melalui inovasi yang telah diciptakan. Salah satu inovasi yang mempermudah proses komunikasi.

Salah satu kecanggihan teknologi dalam bentuk ponsel Blackberry yang mana Blackberry yang telah menjadi tren bagi Mahasiswa masa kini adalah perangkat komunikasi selular yang di produksi oleh RIM (Research In Motion) dan memiliki beberapa kelebihan yang tidak dimiliki oleh ponsel lainnya, diantaranya adalah layanan push e-mail, (Blackberry Messenger), dan layanan internet unlimited (BIS) Dari keseluran handphone Blackberry atau smartphone yang menjadi dominan pemakaian Mahasiswa adalah fasilitas IM (instant Message) atau yang biasa dikenal dengan sebutan BBM (Blackberry Messenger) memudahkan dalam berinteraksi dengan temantemannya seperti layaknya berada di daerah yang sama, saling berhadapan dan bercerita satu dengan yang lain. kenyataannya mereka tidak saling tatap muka satu dengan yang lain.

Kemudahan inovasi tersebut membuat pelajar tidak harus melakukan tatap muka untuk saling bertukar cerita dan berinterkasi, cukup dengan memberikan pesan dan mengirimnya melalui layanan Media *fitur* BBM (*Blackberry Messenger*) dengan komunikan. pesan tersebut akan sampai

dalam hitungan detik dan ada *feedback* yang ditimbulkan ketika komunikan membaca pesan yang disampaikan tersebut. Mahasiswa dalam konteks menggunakannya ancaman serius justru akan muncul jika media massa ikutikutan menggunakannya secara luas, karena pengaruh media sangat kuat dan hal tersebut akan dianggap sebagai kebenaran.untuk mengimbangi bahasa gaul yang jelas menuntut keterlibatan. Gaya komunikasi dapat dilihat dari teknologi yang kita gunakan (ataupun kebalikannya). semakin maju alat teknologi yang kita gunakan, seseorang cenderung berpikir lebih praktis dalam berkomunikasi satu samalainnya Sebagian besar komunikasi inidi dasarkan pada Simbol penggunaan simbol gambar atau polapjadi ragam bahasa media jejaring sosial yang khas.

Dari sini peneliti mengamambil teori Pemanfaaatan (use and Gratification. Di dalam teori ini kita dapat memahami interaksi seseorang dengan media melalui, pemanfaatan media oleh orang itu dan, Gratifitication yang diperoleh. Gratification pada umumnya adalah merupakan pelarian dari perasaan kuwatir, predaan rasa kesepian dan dukungan emosional, mempemoreleh informasi dan kontak sosial. Asumsi utama dari ancaman ini adalah bahwa anggota khalayak secara aktif dan sadar mengaitkan diri mereka dengan media tertentu untuk memperoleh gratification. Dan Media dalam ancaman ini dianggap bersaing dengan sumber-sumber lain (utamanya antar pribadi) yang dapat memenuhi kebutuhan khalayak. 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 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 Penggunaan dan Pemenuhan Kebutuhan menggunakan pendekatan ini berfokus terhadap audiens member. Dimana Teori ini mencoba menjelaskan tentang bagaimana audiens memilih media yang mereka inginkan. Dimana mereka merupakan audiens atau khalayak yang secara aktif memilih dan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda – beda di dalam mengkonsumsi media.

Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan berargumentasi bahwa kebutuhan manusialah yang memengaruhi bagaimana mereka menggunakan dan merespon saluran media dan memilih media yang akan ia gunakan, pada saat seseorang merasa bosan maka ia akan memilih isi yang lebih menarik dan menegangkan dan pada saat seseorang merasa.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Dari pokok bahasan yang telah penulis sampaikan, dan dari hasil analisis maka kesimpulan yang dapat ditarik dari skripsi yang berjudul tentang "Gaya Komunikasi pengguna BBM (*Blackberry Messenger*). pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. peneliti menemukan bahwa:

Gaya komunikasi pengguna BBM (Blackberry Messenger), mempunyai gaya komunikasi dengan simbol cara bahasa khas yang mana sesama pengguna BBM (Blackberry Messenger), pada mahasiswa Ilmu Komunikasi gaya komunikasinya lebih banyak menggunakan simbol-simol bahasa seperti` simbol musik. Auto Text, Animasi, Fancy Smiley, yang mencadi ciri khas unik,lucu. gaya komunikasi tersebut merupakan bahasa tidak baku dengan tujuan mengakrabkan diri pada sesama pengguna BBM pada mahasiswa Ilmu komunikasi.

B. Rekomendasi

Mengingat bahwa hasil penelitian ini belum mencapai sempurna, untuk itu masih banyak diperlukan perbaikan, masukan, dan data yang dapat melengkapi skripsi ini.

Diharapkan peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih jauh lagi dan tidak menutup kemungkinan dilaksanakan penelitian yang terkait dengan judul penelitian mengenai studi komunikasi pertekom (perkembangan teknologi).

Khususnya bagi Mahasiswa studi ilmu komunikasi Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kepada semua pihak peneliti sangat mengharapkan kritikan dan saran yang bersifat membangun, demi perbaikan dan kesempurnaan skripsi ini, Semoga kritikan dan saran yang peneliti terima dapat mendorong kemajuan dan menambah wawasan peneliti dibidang keilmuan sesuai dengan kemajuan zaman. Untuk itu peneliti merekomendasikan:

- a) Hendaknya hasil penelitian ini dapat menambah dan memberikan masukan dalam rangka pelaksanaan Akademik. khususnya dibidang pengembangan Ilmu Komunikasi, serta dapat digunakan sebagai bahan penelitian lebih lanjut yang terkait dengan penelitian ini.
- b) Bagi Mahasiswa,
- c) Semoga dengan adanya perkembangan teknologi informasi, dan telekomunikasi, dapat digunkan untuk menghasilkan aspek pemanfaatan yang lebih besar.

Besar harapan peneliti, semoga dengan selesainnya skripsi ini dapat menambah pengalaman dan keilmuan pada pembaca dan peneliti khususnya. Ammin ya Robbal Alammin.

DAFTAR PUSTAKA

- Aififudin, Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Pustaka Setia, 2009)
- Burhan Bungin, Sosiologi Komunikasi. (Jakarta: Prenada Media Group, 2008)
- Furchan Arif, *Pengantar Penelitian dalam Pendidikan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2007)
- Company Profile Prodi Ilmu Komunikasi 2004 : comunication Pers
- Depag, *Sejarah Institut Agama Islam Negeri Tahun* 1976 Sampai 1980, (jakarta: Direktorat Jendral Pembinaan Kelembagaan Agama Islam,1986)
- Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi suatu Pengantar*,(Bandung; PT Remaja Rosdakarya,2007)
- Iskandar Wirjokusumo dan Soemardji Ansori, Metode Penelitian Kualitatif (Penerbit: Unesa Univercity Press, 2009)
- Joseph A. Devito, *Komunikasi Antar Manusia*, (Jakarta: Professional Books, tt)
- Liliweri Alo, *Komunikasi serba ada serba makna*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 2011
- Lexy j. Moelong ,*Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2009)
- Onong U Effendy, *Proses komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya ,1986)
- Rosady Ruslan, *Metode penelitian Public Relation dan Komunikasi*, (PT.Rajagrafindo Persada, 2006)
- Rahmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, jakarta (Kencana Prenada Media Group,2009)
- Stanley J. Baran Dennis K Davis, *Teori Komunikasi Massa*, (Jakarta: Penerbit Salemba Humanika, 2010)
- Sutrisno Hadi, Metodelogi Research II (yogyakarta: Andi Offset, 199)

Widjaja H.A.W. *Ilmu komunikasi Pengantar Studi*, (Jakarta : PT Rineka Cipta, 2000)

William V Pietch, *Komunikasi Timbal Balik*, (Semarang: Cetak Effhar Offset, 1993)

http://blog.fastncheap.com/beepus-membuat-bbm-menjadi-luar-biasa/#ixzz1wIrRJDlX

http://ekonomi.kompasiana.com/bisnis/2012/06/30/pengaruh-media-komunikasi-pada-bidang-ekonomi/

http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi organisasi

http://andrian7.blogspot.com/2012/02/setiap-orang-secara-pribadi-punya.html

http://ml.scribd.com/doc/77606588/13/Tujuan-Komunikasi

http://teknologiforever.wordpress.com/2012/04/15/gaya-komunikasi-manusia/

http://id.wikipedia.org/wiki/BlackBerry#Sejarah_Blackberry_di_Indonesia

http://id.shvoong.com/social-sciences/education/2253230-pengertian-gayakomunikasi # ixzz 20MdQYcma

http://www.google.co.id/tanya/thread?tid=7d47dc824773c1a0

http//www.Sunan-ampel ac.id/