

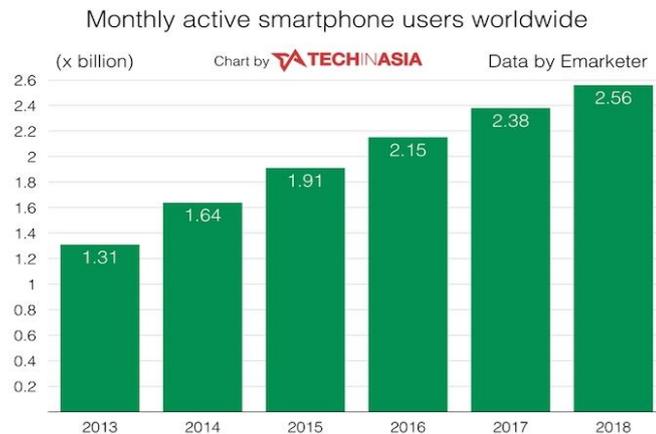
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi telah mengantarkan manusia untuk menciptakan bentuk baru dalam berinteraksi dan berkomunikasi. Pesatnya kemajuan teknologi tidak bisa dipungkiri semakin memanjakan manusia, salah satunya dalam hal berkomunikasi. Interaksi yang terjadi dengan adanya bantuan teknologi menjadi semakin mudah dan sangat membantu (Yunita, 2015). Konvergensi berbagai fungsi dari alat-alat komunikasi telah menyatu dalam sebuah alat komunikasi yang bernama *smartphone*. Teknologi yang dibawa *smartphone* membuat penggunaannya mempelajari cara-cara baru dalam berkomunikasi. *Smartphone* menawarkan berbagai aplikasi yang dapat menguatkan komunikasi yang dilakukan oleh manusia (Rosidah & Herawati, 2013).

Secara global, pengguna *smartphone* aktif di seluruh dunia akan meningkat hampir dua kali lipat jumlahnya mulai dari tahun 2013 hingga 2018.



Sumber: Millward (2014)

Gambar 1.1. Pengguna Aktif *Smartphone* Di Dunia

Selain itu, sebuah laporan baru dari Emarketer menyatakan bahwa akan terdapat dua miliar pengguna *smartphone* aktif di seluruh dunia pada tahun 2016, dan Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai pertumbuhan terbesar, di bawah China dan India. Tiga negara ini secara kolektif akan menambah lebih dari 400 juta pengguna *smartphone* baru dari 2014 hingga 2018 (Millward, 2014).



Sumber: Millward (2014)

Gambar 1.2 Pengguna Aktif *Smartphone* Di Indonesia

Menurut laporan data di atas, Indonesia akan melampaui 100 juta pengguna *smartphone* aktif pada tahun 2018, menjadikannya negara dengan populasi pengguna *smartphone* terbesar keempat di dunia (di belakang China, India, dan Amerika Serikat). Hal tersebut menandakan bahwa pangsa pasar

smartphone di Indonesia sangat berkembang pesat, sehingga mendorong banyak perusahaan untuk bersaing dalam produk *smartphone* nya. Perkembangan ini menimbulkan gaya hidup yang baru di kalangan masyarakat, seperti gaya pemakaian *smartphone*. Hal tersebut menimbulkan trend dimana masyarakat Indonesia menjadi gemar mengganti produk *smartphone*, fenomena masyarakat Indonesia yang sering berganti *smartphone*, ini menunjukkan perilaku masyarakat di Indonesia yang sering melakukan *brand switching* terhadap *smartphone* itu sendiri (Chandra, 2016).

Di Indonesia, netizen menghabiskan banyak waktunya menggunakan *smartphone* di mobile app ketimbang mobile web. Sekitar 82% netizen di Indonesia mengakses mobile web, sementara 8% masing-masing mengakses di mobile web dan melalui desktop. Netizen yang ingin praktis menjadikan *smartphonena* sebagai senjata pamungkas untuk menyelesaikan banyak masalah di hidupnya. Satu *smartphone* bisa digunakan untuk menjalani banyak aktivitas. Dari komposisi netizen tersendiri, lebih dari 70% netizen hanya menggunakan *smartphone* untuk mengakses informasi (Cahyo, 2017).

Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa pengguna internet melalui *smartphone* jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, maka laki-laki mendominasi dengan 51,43% dan perempuan 48,57%. Pengguna internet terbanyak berprofesi sebagai Pekerja / Wiraswasta sebesar 82,2 juta atau 62%. Urutan pengguna internet berikutnya berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga (IRT) sebesar 22

juta atau 16,6%. Seperti yang digambarkan pada gambar berikut (Isparmo, 2016):



Gambar 1.3 Komposisi Pengguna Internet Indonesia Berdasarkan Pekerjaan

Adanya pengguna smartphone aktif di atas, merujuk kepada teori *uses and gratifications*, dimana dalam bentuk yang paling sederhana, teori *uses and gratifications* adalah memosisikan pengguna smartphone memiliki kebutuhan atau motif tertentu yang dipuaskan oleh sumber media dan non media. Menurut para pendirinya, Ellihu Katz, Jay G. Blumer, dan Michael Gurevitch, teori *uses and gratification* meneliti bagaimana orang-orang menggunakan media massa dan mereka menerima ganjaran melalui terpaan media itu (Putra, 2017). Sehingga terbentuklah asumsi-asumsi berdasarkan teori *uses and gratifications*, yaitu: khalayak di anggap aktif dalam proses komunikasi, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada khalayak, media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhan khalayak, khalayak yang punya cukup kesadaran diri dari penggunaan media mereka, minat, dan motif

sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat dari penggunaannya dan penilaian terhadap konten media hanya bisa dilakukan oleh khalayak (Putra, 2017).

Pada penelitian ini, asumsi yang digunakan berdasarkan teori *uses and gratifications* adalah adanya khalayak aktif yang memiliki kesadaran dari penggunaan media, dan yang dianggap khalayak aktif adalah kalangan pekerja, pelajar dan ibu rumah tangga. Pada kalangan pekerja, *smartphone* dapat dimanfaatkan sebagai penunjang produktivitas kerja mereka karena *smartphone* bisa digunakan dimana saja dan bisa dibawa kemana saja, berbeda dengan komputer pc ataupun laptop yang ukurannya agak lebih besar. Kelebihan utama *smartphone* adalah akses internet yang begitu cepat dan canggih, kemudian menunjang aktivitas orang dalam melakukan interaksi sosial melalui fitur-fitur jejaring sosial atau media networking, seperti facebook, twitter, skype dan lain-lain. Jadi secara idealnya, pada kalangan pekerja *smartphone* berfungsi untuk melakukan pembicaraan telepon, sangat membantu dalam proses kerja di kantor, *smartphone* menjadi sebagai media informasi, dan penyimpanan data (Jocom, 2013).

Namun sayang, banyak para pekerja yang tidak mampu memanfaatkan teknologi secara baik. Mereka justru memanfaatkan untuk hal yang bisa merugikan orang lain, banyak karyawan yang justru lebih asyik bermain dengan media sosial mereka dibandingkan menyelesaikan pekerjaan yang menjadi kewajiban mereka, selain itu masih banyak karyawan yang lebih asyik memegang gadget mereka dibandingkan harus mendengarkan

rapat dalam ruangan (Gamadaz, 2015). Dalam penelitian yang dilakukan Wibowo (2015) mengungkapkan bahwa jika ada survey untuk mencari tahu faktor apa yang paling membuat malas para karyawan perusahaan di Indonesia, Mungkin *smartphone* menjadi salah satu hal yang menempati peringkat tertinggi dalam survey tersebut. Kadang waktu yang diperlukan untuk bermain *smartphone* bisa lebih lama dibandingkan waktu untuk bekerja. Bahkan pada saat ada rapat mengenai pekerjaan pun, terkadang masih ada karyawan yang asyik menggunakan smart phone, tentu saja bukan untuk urusan pekerjaan, karena untuk itu sudah disediakan email yang bisa diakses melalui personal komputer yang dimilikinya. Padahal setelah dicheck, mereka hanya sekedar update status atau membalas komentar orang lain di facebook. Penggunaan *smartphone* oleh karyawan perusahaan memang tidak dilarang, sejauh tidak mengganggu produktivitas karyawan yang bersangkutan. Bahkan jika dimanfaatkan dengan benar, *smartphone* bisa digunakan untuk menunjang aktivitas pekerjaan sehari-hari. Namun, kebanyakan menggunakan *smartphone* membuat kita menjadi malas mengerjakan kewajiban. Pada akhirnya orang lain disekitar kita akan mempertanyakan kredibilitas dan rasa tanggung jawab yang diberikan (Wibowo, 2015).

Di kalangan pelajar, idealnya *smartphone* dapat digunakan untuk dijadikan sebagai media untuk mengakses informasi secara mudah dan cepat dalam mengakses informasi edukatif seperti Portal Akademik, digital library dan perkembangan dunia internet yang kini menyediakan ribuan hingga

jutaan link dan laman web (situs) yang memuat hal –hal yang bersifat pendidikan seperti riset, ejournal, ebook, ensiklopedi, digital library yang dapat diakses secara online (Juraman, 2014).

Namun, kenyataannya masih banyak pelajar yang tidak dapat memanfaatkan kelebihan *smartphone* dengan baik. Penelitian yang dilakukan oleh Muflih dkk (2017) menunjukkan bahwa pelajar lebih senang menggunakan *smartphone* dari pada mengobrol dengan teman-temannya. Mereka biasa menggunakan *smartphone* saat jam istirahat selama 10 menit dengan membuka sosial media dan game. Saat dirumah mereka juga menggunakan *smartphone* lebih sering dengan durasi 2-3 jam setiap kali memainkan *smartphone* dan selalu membawa *smartphonetersebut* kemana pun mereka pergi (Muflih, Hamzah, & Puniawan, 2017). Hal tersebut dapat menyebabkan masalah pada interaksi sosial karena tingkat ketergantungan *smartphone* yang tinggi. Kecenderungan tersebut menjadikan pengguna *smartphone* tidak bisa lepas dari perangkat dan memengaruhi kehidupan sosial mereka (Hanika, 2015).

Penelitian lain dilakukan oleh Saomi (2016) yang menunjukkan penggunaan *smartphone* yang tidak sesuai fungsinya menyebabkan pelajar menjadi pemalas, karena hanya mengandalkan *smartphone*; melemahkan otak penggunanya, karena mudahnya dalam mencari informasi pelajar malas untuk berfikir; mengganggu kesehatan penggunanya, terutama kesehatan mata; membuat penggunanya kecanduan sosmed (*social media*), game, serta aplikasi-alikasi lainnya; membuat boros, karena penggunaan *smartphone*

yang tidak lepas dari internet menyebabkan pemakaian pulsa berlebih dan memungkinkan pelajar untuk mengakses hal-hal yang tidak seharusnya diakses seperti video porno (Saomi, 2016).

Selain pada kalangan pekerja dan pelajar, pengguna *smartphone* saat ini juga sudah sampai pada seluruh lapisan masyarakat termasuk ibu-ibu rumah tangga yang kesehariannya banyak berada di rumah. Idealnya, penggunaan *smartphone* dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan keluarga seperti dengan memposting kue hasil buatan ibu rumah tangga untuk di promosikan lebih luas, ataupun mencari informasi tentang menu makanan dengan memanfaatkan fitur internet pada *smartphone*. Artinya dengan adanya *smartphone* tersebut dapat membantu ibu-ibu rumah tangga, dalam hal meningkatkan kemampuan mereka dalam mendapatkan pengetahuan dari internet yang ada pada *smartphone*, dan juga dapat membantu mereka untuk lebih meningkatkan pendapatan ekonomi keluarga, dengan memanfaatkan *smartphone* tersebut dalam memasarkan hasil industri rumah tangga, berupa kue, ataupun kerajinan tangan kepada public luar, melalui pemanfaatan media baru tersebut (Djunu, 2016).

Selain itu, dengan adanya *smartphone* ibu rumah tangga juga dapat memanfaatkan untuk media belajar bagi anak. Ibu bisa mengajari anak-anak dengan memanfaatkan aplikasi atau video yang ada dalam *smartphone*, para Ibu bisa memanfaatkan *smartphone* miliknya untuk membaca ebook dengan mudah. Bisa juga membaca majalah karena saat ini sudah hadir majalah-majalah digital, para Ibu juga bisa menggunakan *smartphone* untuk

menyusun anggaran rumah tangga. Apalagi ada kalkulator dalam *smartphone*. Selain itu, para Ibu juga bisa mencari tips-tips untuk mengatur keuangan dengan mudah melalui *smartphone* (Wibowo A. , 2015)

Namun, kenyataannya masih banyak ibu-ibu rumah tangga yang belum mampu memanfaatkan fungsi *smartphone* tersebut dengan baik. Sebagai contoh, saat ini kebanyakan ibu-ibu hanya menggunakan fitur internet untuk bermain media sosial seperti FB, instagram dll, termasuk BBM, WA, dan Line. Tetapi bukan untuk keperluan menambah pengetahuan dan wawasan, namun lebih sering untuk membuat status yang memancing pertengkaran sehingga terjadi fenomena pertengkaran lewat jejaring sosial akibat postingan statement yang menyinggung atau pun menyindir tetangga bahkan terjadi “baku hujat” dengan teman atau tetangga melalui jejaring sosial tersebut (Djunu, 2016).

Berdasarkan dari uraian diatas maka peneliti ingin melakukan penelitian mengenai “Pemanfaatan Media Komunikasi *iPhone X* Pada Kalangan Pekerja, Mahasiswa Dan Ibu Rumah Tangga di Karawaci”

1.2. Identifikasi Masalah

“*iPhone X* yang fenomenal”, sepertinya kata-kata itu yang bisa menggambarkan tentang kondisi pasar *smartphone* di dunia saat ini. Berdasarkan berita online menyebutkan bahwa ribuan orang pengguna Apple di seluruh dunia rela mengantre berjam-jam lamanya demi mendapatkan *iPhone X* terbaru. *iPhone X* sudah ditanamkan dengan perangkat keras high

end dan fitur baru. Termasuk juga di dalamnya Face ID yang bisa mengunci dan membuka telepon saat pengguna melihat ke ponsel (Kontan.co.id , 2017). Bahkan beberapa tahun belakangan ini masyarakat Indonesia juga banyak yang menggunakan *iPhone* sebagai handphone terutama di kota-kota besar di Indonesia.

Banyak yang menggunakan *smartphone* ini hanya untuk kepentingan sosial, yang penting canggih, elegan, dan tidak ketinggalan zaman, meskipun hanya digunakan untuk telepon dan mengirim pesan singkat saja. Kini, semakin mudah menemui orang menggunakan *iPhone* di mall maupun di pinggir jalan sekalipun. Rupanya produk Apple ini tengah digandrungi dan menjadi fenomena dalam masyarakat urban (Haryanthi, 2014).

Kemudahan untuk mengakses informasi yang cepat serta fitur-fitur tertentu yang hanya dimiliki oleh *iPhone* ini menyebabkan masyarakat mulai tertarik untuk menggunakannya. Jumlah pengguna layanan *iPhone* di Indonesia diperkirakan yang cepat berkembang khususnya di Asia Tenggara. Indonesia sebagai bagian dari dunia bisa dikatakan tidak luput dari fenomena *iPhone*. Trend *iPhone* seolah tidak bisa terbantahkan. Jika awalnya, penggunaan dan pemanfaatan *smarthpone* secara umum dapat digunakan sebagai komunikasi antar manusia, mencari informasi / ilmu, hiburan, aplikasi, penyimpanan data, gaya dan penunjuk arah (Haryanthi, 2014).

Kini para pengguna *smartphone* khususnya iPhone X seakan dimanjakan oleh kecanggihan *smartphone* ini. Sehingga manfaat dari *smartphone* ini tidak lagi difungsikan dengan baik. Dikalangan pekerja

banyak karyawan yang justru lebih asyik bermain dengan media sosial mereka dibandingkan menyelesaikan pekerjaan yang menjadi kewajiban mereka, selain itu masih banyak karyawan yang lebih asyik memegang gadget mereka dibandingkan harus mendengarkan rapat dalam ruangan (Gamadaz, 2015). Dikalangan pelajar, fungsi *smartphone* lebih digunakan untuk bermain sehingga interaksi mereka terhadap lingkungan sosial menjadi berkurang karena ketergantungan mereka pada smartpone semakin tinggi (Hanika, 2015). Sementara dikalangan ibu rumah tangga, fungsi *smartphone* lebih digunakan untuk bermain media sosial sehingga memancing pertengkaran dengan postingan yang menyinggung atau pun menyindir tetangga bahkan terjadi “baku hujat” dengan teman atau tetangga melalui jejaring sosial tersebut (Djunu, 2016).

Sering juga kita melihat bagaimana seseorang selalu sibuk dengan *smartphonena*, sampai-sampai mengabaikan orang disekitarnya. Kehadiran perangkat ini menjadikan pengguna jarang bersosialisasi dengan orang-orang disekitarnya. Kemudahan bersosialisasi yang kita dapatkan dalam menggunakan *smartphone* ini, justru membuat kita terlihat anti-sosial di kehidupan nyata.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah di atas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana Pemanfaatan Media Komunikasi *IPhone X* pada kalangan pekerja, mahasiswa dan ibu rumah tangga di Karawaci?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan media komunikasi *iPhone X* pada kalangan pekerja, mahasiswa dan ibu rumah tangga di Karawaci.

1.5. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini mempunyai dua kegunaan, yaitu kegunaan yang bersifat teoritis dan kegunaan yang bersifat praktis. Kedua kegunaan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi perkembangan penelitian terutama berkaitan dengan pemanfaatan media komunikasi *iPhone X* (studi deskriptif ditinjau dari kalangan pekerja, mahasiswa dan ibu rumah tangga di Karawaci).

2. Kegunaan Praktis

a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi tambahan bagi teman-teman yang ingin menganalisa sebuah fenomena yang memiliki kemiripan dengan kasus yang peneliti angkat pada tulisan ini.

- b. Sebagai masukan bagi perusahaan penyedia *smartphone* untuk lebih mengategorikan batasan usia yang layak dalam menggunakan produknya.

1.6. Sistematika Penulisan

Agar lebih memahami penelitian ini, maka penelitian ini dikelompokkan ke dalam beberapa sub bab pembahasan dan menggunakan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN (*Introduction*)

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah (*background of the problem*), identifikasi masalah (*identification of the problem*), rumusan masalah (*statement of the problem*), tujuan penelitian (*purpose of the study*), kegunaan penelitian (*significance of the study*) dan sistematika penulisan (*organization of the study*)

BAB II OBJEK PENELITIAN (*Research Object*)

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai objek penelitian dimana objek penelitian bukan merupakan sarana untuk memperbanyak kuantitas halaman, juga bukan merupakan sarana mengetahui sejarah keseluruhan dari sebuah perusahaan atau organisasi (kalau itu tidak terkait dengan topik yang diajukan). Bagian ini berisi mengenai ruang lingkup dari topik yang diajukan. Jadi objek penelitian bukan merupakan “ensiklopedia” sejarah, tetapi fokus kepada data atau informasi yang terkait topik yang diajukan. Dalam kaitannya dengan penelitian, objek penelitian ini berarti

Peneliti mencoba untuk membangun "konteks" terkait topik penelitian yang diangkat.

BAB III TINJAUAN PUSTAKA (*Literature Review*)

Tinjauan Pustaka dapat berisi teori maupun konsep-konsep dengan tetap memperhatikan pendekatan penelitian yang digunakan dan permasalahan yang telah dirumuskan dalam Bab I. Dalam bab ini, Peneliti menyusun sebuah *theoretical framework* untuk memberikan jawaban teoretik tentatif terhadap permasalahan yang akan diteliti. Bab ini diakhiri dengan kerangka pemikiran yang merupakan konstruksi logika dari masalah penelitian baik ditinjau dari aspek teoritis ataupun dari aspek konseptual.

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN (*Research Methodology*)

Pada tahap ini peneliti menguraikan serangkaian metode-metode yang dipergunakan untuk menguji atau memperoleh data bagi jawaban teoretik tentatif yang dihasilkan dalam Tinjauan Pustaka. Pada intinya bagian ini menguraikan: metode operasionalisasi konsep, metode penelitian, metode pengumpulan data, metode pengujian data dan metode analisis data.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN (*Research Findings and Discussion*)

Pada bab ini, berisi "data mentah" yang didapat dari wawancara atau observasi langsung. Data hanya dideskripsikan secara umum dan apa adanya. Kemudian dalam subbab ini Peneliti menggunakan '*analytical tools*' yang dimiliki untuk melakukan interpretasi terhadap "data mentah" yang sudah didapatkan. Tentu saja pembahasan harus didasarkan pada Rumusan Masalah yang ingin dijawab.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN (*Conclusion and Suggestion*)

Pada bab ini berisi hanya jawaban pertanyaan dalam Rumusan Masalah yang ditemukan dari hasil pembahasan atau interpretasi yang dilakukan dan berisi pendapat atau masukan terhadap hasil penelitian yang sudah dilakukan baik untuk kalangan akademis (saran terhadap penelitian selanjutnya) maupun praktis.

