

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian *Handphone Blackberry*

Handphone berasal dari bahasa Inggris yang jika diartikan dalam Bahasa Indonesia memiliki arti sebagai berikut. “*hand*” artinya “tangan”. sedangkan “*phone*” artinya telepon. jadi *Handphone* adalah telepon genggam atau yang sering dikenal dengan nama telepon selular (ponsel), merupakan barang perangkat telekomunikasi elektronik yang mempunyai kemampuan dasar yang sama dengan telepon konvensional saluran tetap, namun dapat dibawa ke mana-mana (*portabel, mobile*) dan tidak perlu disambungkan dengan jaringan telepon menggunakan kabel (Greenfield, 1989:128).

Awal mula nama *Blackberry* ingin dinamakan *Pocket Link* dan juga hampir dinamakan *Strawberry* namun karena terkesan terlalu mirip dengan nama buah sehingga alat komunikasi yang berteknologi canggih ini dinamakan *Blackberry*, dengan alasan nama *Blackberry* ini terkesan cerdas dan akrab. *Blackberry* adalah perangkat selular yang memiliki kemampuan layanan push *e-mail*, telepon, pesan singkat, menjelajah internet, dan berbagai kemampuan jaringan lainnya. *Blackberry* pertama kali diperkenalkan pada tahun 1997 oleh perusahaan Kanada, Research In Motion (RIM).

Kemampuannya menyampaikan informasi melalui jaringan dari layanan perusahaan telepon genggam hingga mengejutkan dunia. Kemunculan *BlackBerry* di Indonesia bisa dikatakan sangat sukses dimana saat itu informasi mengalir tiada henti dan untuk akses informasi tersebut bisa digolongkan cukup mahal di Indonesia. Namun dengan *BlackBerry* semua masalah bisa terselesaikan dengan mudah (<http://idwordpress.com/tag/pengertian-Blackbeery> di akses pada tanggal 5 agustus 2011).

B. Sejarah *Blackberry*

Blackberry pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada pertengahan Desember 2004 oleh operator Indosat dan perusahaan operator *Handphone*. Perusahaan operator *Handphone* merupakan pengesahan komunikasi mobile dunia yang merupakan rekan utama *Blackberry* dan Setelah empat tahun dikenalkan di Indonesia *Blackberry* menjadi gadget yang permintaannya naik tajam dikarenakan *Blackberry* sampai saat ini banyak digunakan dari golongan menengah ke atas dengan harganya yang masih mahal atau setara dengan *Handphone high-end* maka para eksekutif khususnya yang muda menjadikan *Blackberry* sebagai kelengkapan penampilan, di mall, café dan tempat-tempat nongkrong atau berkumpulnya dimana para pengunjungnya banyak yang menggunakan *Blackberry*

(http://elfarid.multiply.com/journal/item/958/Blackberry.Gaya_Hidup.di_akses_pada_tanggal_5_maret_2012).

Daya tarik *Blackberry* yang paling utama adalah layanannya yang canggih, karena menggunakan sistem *push e-mail* sehingga kecepatan aksesnya sangat dapat diandalkan. Seluruh aktivitas dalam layanan *Blackberry* di seluruh dunia langsung berpusat pada sistem milik perancang komunikasi dunia yang berlokasi di Kanada. Hal ini berbeda dengan layanan sejenis dari perangkat dan penyedia layanan lain yang masing-masing memiliki sistem di negara tempat layanan tersebut dioperasikan dan dilengkapi dengan banyak fitur-fitur canggih yang memudahkan dalam berkomunikasi, *Blackberry* pun dengan cepat naik daun menjadi primadona masyarakat Indonesia pada dasarnya bersifat konsumtif. Kemudahan yang ditawarkan dalam berkomunikasi dengan *Blackberry* sangatlah menggoda, dengan bekerja sama lebih dari 500 provider di seluruh dunia, *Blackberry* pun menarik semua

provider di Indonesia untuk menambah jaringannya. Menggunakan *Blackberry* konsumen dengan mudahnya berkomunikasi.

Seiring perkembangan zaman, fitur-fitur *Blackberry* pun semakin lengkap dan bahkan mungkin hampir sama dengan alat elektronika seperti komputer telah dilengkapi dengan kemampuan seperti layaknya sebuah *Handphone*. Situs jaringan sosial yang sedang *trend* di Indonesia membuat *Blackberry* menjadi *trend* yang merambah. Momen ini seakan tidak disia-siakan, pengguna *Blackberry* jelas tampak lebih percaya diri dan banyak yang beranggapan bahwa *Handphone* ini dapat membentuk pertemanan yang eksklusif.

Blackberry memanfaatkan adanya aplikasi *Blackberry Messenger*. *Blackberry Messenger* adalah program pengiriman pesan cepat yang disediakan untuk para pengguna perangkat *Blackberry*. Aplikasi ini mengadopsi kemampuan fitur atau aktivitas yang terkenal di kalangan pengguna perangkat *Handphone* genggam. Menggunakan *Blackberry Messenger* dapat membuat percakapan melalui kelompok mereka, dan dapat melakukan percakapan dengan beberapa orang dengan waktu yang bersamaan. Membuat suatu kelompok percakapan pengguna harus mengundang beberapa kontak untuk masuk dalam percakapan kelompok ini. Sangat memungkinkan bagi pengguna bergabung dengan kelompok seseorang untuk tetap terhubung dan berbagi pengalaman dalam waktu yang sama.

Pengguna juga dapat melakukan percakapan di dunia maya. Dengan begitu sesama pengguna *Blackberry* dapat melakukan komunikasi kelompok secara efektif, dikatakan efektif karena tidak terbatas oleh jarak dan waktu, kapanpun, dimanapun tiap anggota dengan mudah dapat berkomunikasi dan berbagi informasi kepada sesama kelompok.

C. Dampak Negatif *Blackberry*

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, “dampak” adalah pengaruh yang kuat sehingga menimbulkan akibat. Sedangkan “negatif” adalah kurang baik, sehingga dampak negatif adalah pengaruh yang berakibat kurang baik (1994:115). Dampak yang merusak dari media komunikasi yang dapat berakibat buruk bagi penggunanya.

1. Gaya Hidup Konsumtif

Konsumtifisme memiliki dua akar kata yaitu “konsumtif” dan “isme” yang berarti memiliki. Konsumtif adalah kata sifat yang memiliki kata dasar “consumptus” (Latin). “consume” (Inggris), konsumsi (Ind). Dengan demikian kata konsumtif berarti sifat mengonsumsi, memakai, menggunakan, menghabiskan sesuatu.

Konsumtif adalah keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Konsumen memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Budaya *konsumtivisme* menimbulkan seseorang menjadi pecandu berbelanja. Dalam psikologi ini dikenal sebagai *compulsive buying disorder* (penyakit kecanduan belanja). Penderitanya tidak menyadari dirinya terjebak dalam kubangan metamorfosa antara keinginan dan kebutuhan. Inilah yang membuat orang akan melakukan cara apa saja tanpa memedulikan etika untuk memperoleh apa yang diinginkan. Semua dilakukan demi mewujudkan janji muluk kapitalisme dengan produk produk yang mempermudah kehidupan.

Masyarakat semakin dikendalikan oleh budaya konsumerisme. Sedangkan konsumerisme dalam pengertian luas dapat diartikan sebagai gerakan yang memperjuangkan kedudukan yang seimbang antara konsumen, pelaku usaha dan negara dan gerakan tidak sekadar hanya

melingkupi isu kehidupan sehari-hari mengenai produk harga naik atau kualitas buruk, termasuk hak asasi manusia berikut dampaknya bagi konsumen.

Tiada hari tanpa berbelanja dan membeli. Masyarakat semakin sulit membedakan antara keinginan dan kebutuhan. Konsumerisme mengaiarkan agar semua 'keinginan' dipandang sebagai 'kebutuhan' yang harus dipenuhi. Kenvataan hidup sehari-hari dipenuhi dengan iklan yang penuh bujuk rayu.

Penayangan *Blackberry* yang ditayangkan di televisi diharapkan mengena pada sasaran konsumen, baik tentang peran iklan, audio, bintang iklan, dialog, penampilan visual, pengaturan. Rasa tertarik terhadap iklan *Blackberry* mungkin dapat dimunculkan dengan penawaran, gambar, atau peran iklan yang menarik, dan hal ini pada gilirannya akan semakin diperkuat oleh keorisinilan penampilan dan penyusunan kalimat dalam pesan iklan. Penayangan *Blackberry* yang ditayangkan di televisi maupun iklan *Blackberry* yang ditayangkan oleh berbagai provider yang ada telah mampu menarik perhatian khalayak. Desain *Blackberry* yang seolah-olah mampu menarik minat beli khalayak untuk memilikinya, sehingga dengan segala jenis iklan yang ditawarkan kepada konsumen membuat konsumen menjadi konsumtif (<http://ishlahuddin.wordpress.com/2010/02/10/konsumtivisme>).

2. Eksklusivisme

Disini akan dijelaskan terlebih dahulu mengenai eksklusivisme. Pengertian eksklusivisme adalah paham yang mempunyai kecendrungan untuk memisahkan diri dari masyarakat. Eksklusivisme dapat terbentuk melalui beberapa hal, diantaranya melalui peran individu seperti kekayaan, kekuasaan dan lain-lain.

Eksklusivisme akan terbentuk seiring dengan berjalannya waktu dan hal itu akan dibarengi dengan perubahan kondisi sosial dalam masyarakat tersebut. Eksklusivisme di dalam suatu masyarakat

terjadi karena penilaian masyarakat dalam berbagai hal. Macam-macam terjadinya eksklusivisme, yaitu:

a. Terjadi dengan sendirinya,

Penilaian eksklusivisme di masyarakat ini terjadi karena kekayaan, kepandaian seseorang, keturunan, ras. Hal ini terjadi tanpa kita sadari bahwa ada sesuatu yang melekat di diri kita dan mempengaruhi dalam pelapisan sosial dimasyarakat dan memiliki penilaian yang berbeda dengan masyarakat lainnya.

b. Terjadi dengan sengaja,

Penyebab eksklusivisme ini karena disengaja dalam mencapai tujuan tertentu. Seperti dalam suatu organisasi, didalam organisasi tersebut terdiri dari beberapa bagian, karena tidak mungkin semua orang dapat masuk ke dalam satu bagian, agar semuanya dapat bekerja sama dengan baik dan pembagian penempatan di suatu organisasi dapat mencapai tujuan bersama dan sesuatu yang ingin dituju terarah dan mudah dicapai dengan baik.

c. Terjadi karena unsur kekuasaan,

Hal ini ditunjukkan dengan jelas biasanya terdapat dalam suatu organisasi pemerintahan, partai politik, dan lain-lain. Adanya wewenang yang ditunjukkan kepada seseorang, sehingga yang mempunyai wewenang itu dapat mengatur dalam suatu organisasi itu dan membuat jelas lapisan penempatan kerjanya

(<http://www.bahasaindonesia.com/kamus/e/eksklusivisme.htm>)

Ekklusivisme dalam artian menggolongkan pertemanan berdasarkan posisi atau jabatan yang disesuaikan dengan keadaan mereka sendiri. Seorang pengguna *Blackberry* hanya bergaul dengan para pengguna *Blackberry* akan dicap eksklusif dan menganggap kelompok yang tidak menggunakan *Blackberry* tidak satu level atau tidak sepadan komunitasnya. Tidak memberikan

ruang bagi orang lain untuk berbaaur kepadanya dapat dikatakan golongan eksklusif, sehingga kelompok pertemanan mereka hanyalah pengguna *Blackberry*.

Blackberry yang tidak semua orang dapat memilikinya, karena harganya yang masih relatif cukup mahal sehingga hanya kalangan-kalangan tertentu saja yang dapat memilikinya. Oleh karena itu, timbullah perbedaan status sosial bagi pemilik *Blackberry* yang dapat mengakibatkan eksklusifitas kelompok tersebut. Perubahan status sosial menimbulkan eksklusifitas. Eksklusifitas merupakan problematika sosial dewasa ini bahkan jauh sebelumnya, selalu berada pada sikap egiosme kelompok, fanatisme buta terhadap kelompoknya sendiri, dan merasa dirinya eksklusif dengan penggunaan barang-barang yang mewah. Akibat eksklusifitas kelompok ini yang menyebabkan perbedaan status sosial sehingga menjadi potensi untuk memicu ketegangan antar individu maupun kelompok.

Weber mengemukakan :

“Bahwa persamaan kehormatan status terutama dinvatakan melalui persamaan gaya hidup (*style of life*). Di bidang pergaulan gaya hidup ini dapat berwujud pembatasan terhadap pergaulan erat dengan orang yang statusnya lebih rendah. Para anggota masyarakat dapat dipilih secara vertikal berdasarkan atas ukuran-ukuran kehormatan, sehingga ada orang-orang yang dihormati dan disegani karena pada umumnya adalah mereka yang memiliki kekayaan atau kepemilikan barang mewah atau bernilai”

Para anggota suatu kelompok dalam kepemilikan *Blackberry* yang menimbulkan prestise karena dianggap *Blackberry* merupakan barang mahal sehingga bagi mereka yang memiliki *Blackberry* merasa bangga dengan kepemilikannya tersebut sedangkan yang tidak memiliki *Blackberry* cenderung dihindari dan ini terlihat kelompok status dibeda-bedakan atas dasar gaya hidup yang tercermin dari gaya konsumsi terhadap kepemilikan barang

D. Dampak Positif *Blackberry*

Menurut Kamus Bahasa Indonesia, “dampak” adalah pengaruh yang kuat sehingga menimbulkan akibat. sedangkan “positif” adalah sesuatu yang bernilai memiliki manfaat baik, sehingga dampak positif adalah pengaruh yang berakibat baik (1994:115). Dampak yang memberikan manfaat dari media komunikasi yang dapat berakibat baik bagi penggunanya.

1. Kemudahan Mengakses Informasi

Blackberry sebagai *smartphone* Produk yang menjadi andalan utama dan membuat *BlackBerry* digemari di pasar adalah fitur email cepat (*push e-mail*). Produk ini mendapat sebutan email cepat karena seluruh email baru, daftar kontak, dan informasi jadwal (*calendar*) ditampilkan langsung ke dalam *BlackBerry* secara otomatis. Seperti yang telah disebutkan di atas mengenai keunggulan dari *BlackBerry*, yaitu *push e-mail*. Dengan *push e-mail* semua *e-mail* yang masuk dapat diteruskan langsung ke ponsel. *E-mail* sudah mengalami proses uji coba dan *scansarver BlackBerry* sehingga aman dari virus.

Lampiran *file* berupa dokumen *Microsoft office* dapat di buka dengan mudah. Sebuah *e-mail* berukuran 1 Mb, jika diterima melalui *push e-mail* dapat menjadi 10 KB dengan isi yang tetap. Pengguna tidak perlu mengakses internet terlebih dulu dan membuka satu persatu *e-mail* yang masuk, atau pemeriksaan e-mail baru. Hal ini dimungkinkan karena pengguna akan terhubung secara berkelanjutan dengan dunia maya melalui jaringan telepon seluler yang tersedia. Alat penyimpanan juga memungkinkan para pengguna untuk mengakses data yang sampai ketika berada di luar jaringan. Begitu pengguna terhubung lagi, *BlackBerry Enterprise Server* akan menyampaikan data terbaru yang masuk.

Dengan kelengkapan dari fitur *Blackberry* di atas merupakan salah satu keunggulan dari *Handphone Blackberry* yang tidak diragukan lagi keunggulannya. Dengan keunggulan yang

dimilikinya dapat memberikan manfaatnya kepada masyarakat dalam mengakses dan menerima informasi secara cepat sehingga dapat memudahkan segala urusan, baik untuk kepentingan pribadi maupun orang lain.

2. Memperluas Jaringan Pertemanan Dengan *Blackberry Messenger*.

Blackberry Messenger sendiri memiliki pengertian yaitu program pesan *instan* yang disediakan oleh para pengguna perangkat *Blackberry*. Aplikasi ini mengadopsi kemampuan fitur atau aktifitas populer di kalangan pengguna perangkat *Handphone*, Contohnya fitur di aplikasi [Yahoo Messenger](#) hingga aktivitas dengan [Facebook](#) atau [Twitter](#), dimana dapat diperoleh pengguna perangkat [BlackBerry](#) pada aplikasi ini.

BlackBerry Messenger merupakan salah satu keunggulan dari penggunaan perangkat [BlackBerry](#) selain layanan [Push Mail](#). Layanan [Messenger](#) ini dibuat khusus bagi pemilik [BlackBerry](#) dan dirancang khusus untuk berkomunikasi diantara pengguna. Cara menggunakan *BlackBerry Messenger* adalah dengan penghubung nomor [PIN](#) yang juga *eksklusif* yang dimiliki masing-masing perangkat [BlackBerry](#).

Kegunaan *Blackberry Messenger* adalah untuk melakukan percakapan secara berkelompok yang disertai subjek obrolan. Sudah banyak yang mengetahui bahwa penggunaan *Blackberry*, merupakan salah satu fasilitas dari *Handphone* ini yaitu *Blackberry Messenger* yang berfungsi untuk memudahkan percakapan, dan keunggulan dari fasilitas ini adalah memperluas jaringan pertemanan antar sesama pengguna *Blackberry Messenger* tentunya dengan mengetahui nomor PIN *Blackberry Messenger* dari setiap pengguna. Dengan adanya penelitian ini, masyarakat

pengguna *Blackberry* dapat merasakan manfaatnya dengan menggunakan fasilitas dari *Blackberry* yaitu *Blackberry Messenger* yang dapat memperluas jaringan pertemanan

[\(http://blackberrymessenger.blogspot.com/\)](http://blackberrymessenger.blogspot.com/)

E. Kerangka Pemikiran

Handphone ini merupakan sebuah kebutuhan bagi setiap individu maupun kelompok sebagai alat komunikasi yang efektif karena *Handphone* merupakan alat komunikasi bergerak yang mudah dibawa kemana saja dan kapanpun tanpa mengenal batas jarak dan waktu.

Sejalan dengan perkembangan zaman *Handphone* saat ini juga mengalami kemajuan yang sangat pesat melalui fasilitas-fasilitas yang ditawarkan setiap *Handphone*. Mulai dari fasilitas standar yang dimiliki seperti telepon, pesan singkat, mms, mengakses dan mencari informasi, menonton televisi. Saat ini *Handphone* saja kita dapat melakukan aktivitas *internet*. *Handphone* yang memiliki fasilitas layaknya komputer, kini dapat disebut sebagai komputer mini, karena hampir semua apa yang dilakukan di komputer dapat dilakukan dengan banyak *tipe Handphone* canggih yang kita kenal saat ini.

Fasilitas-fasilitas yang ditawarkan pastinya memberikan kemudahan bagi setiap penggunanya, baik sebagai komunikasi antarpribadi maupun sebagai media komunikasi kelompok. Memilih *Blackberry* sebagai media yang dipilih masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya terhadap informasi dan tentang kepentingan masyarakat khususnya seputar fenomena sosial yang terjadi pada suatu kelompok tersebut. Penggunaan fasilitas grup dapat di lihat berdasarkan frekuensi dan durasi dalam memanfaatkan fasilitas grup setiap kali penggunaan. Selain itu berdasarkan tingkat kepuasan dalam penggunaan mulai dari terpenuhinya keinginan menggunakan fasilitas grup sebagai media untuk berkomunikasi, terpenuhinya kebutuhan akan informasi atau terbentuknya

keakraban antara grup, sampai kepada interaksi tiap anggota secara efisien dan efektif. Oleh karena itu sampel responden dalam penelitian ini memberikan penjabaran mengenai pengaruh penggunaan fasilitas *Handphone Blackberry* sebagai media komunikasi terhadap dampak positif dan negatif di kalangan mahasiswa.

Dampak negatif itu sendiri yaitu dampak kuat, yang kurang mengefesiesikan pengguna *Blackberry* tersebut, dalam penelitian ini memberikan penjelasan mengenai dampak negatif *Blackberry* terhadap gaya hidup konsumtif yang berakibatkan pada sifat pemborosan. Dampak negatif lainnya yang timbul yaitu adanya perubahan status sosial yang dialami masyarakat yang berakibat pada eksklusifitas. *Blackberry* dapat merubah status seseorang dan lebih dianggap keberadaanya dibandingkan mereka yang tidak menggunakan fasilitas *Blackberry*. Oleh karena itu disini munculah eksklusivisme yang dimana adanya pengelompokkan dalam pertemanan.

Dampak positif yaitu merupakan pengaruh yang baik bagi penggunanya dengan manfaat yang didapatkan adalah kecepatan memperoleh informasi dan mengakses informasi, dikarenakan fitur-fitur yang lengkap yang terdapat dalam *Blackberry* dan dampak positif lainnya yaitu dapat menambah jaringan pertemanan, dengan adanya salah satu fitur dari *Blackberry* yaitu *Blackberry Messenger*. Penelitian ini mengambil kerangka pemikiran secara teoritis dari berbagai teori-teori yang relevan dengan masalah penelitian, serta metode-metode atau teknik yang digunakan dalam penelitian ini.

Teori yang digunakan dalam melihat pengaruh *Blackberry* terhadap dampak positif dan negatif penggunaanya di kalangan mahasiswa adalah teori *Kebutuhan Manusia*. Teori ini beranggapan bahwa kebutuhan masyarakat yang sangat tinggi terhadap alat komunikasi yang cepat dan memiliki fitur-fitur yang lain.

Dengan teori kebutuhan manusia yang di atas dikarenakan di mana masyarakat senantiasa rela untuk mengeluarkan jumlah yang cukup besar untuk membeli suatu alat komunikasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Teori Maslow tentang kebutuhan manusia (1970) menggambarkan kebutuhan yang memotivasi yang paling dasar yang telah terpenuhi, seseorang berusaha untuk memuaskan kebutuhan dasar tersebut pada tingkat yang lebih tinggi dan seterusnya. Tingkat yang paling tinggi yang dicapai hanya sebagian menunjukkan realisasi potensi seseorang. Teori motivasi menggambarkan individu berusaha untuk memperoleh penghargaan, untuk menjadi seseorang yang di hargai, seseorang naik turun sebagai perubahan situasi hidup. Tahapan kebutuhan manusia menurut Maslow, yaitu:

- a. Kebutuhan rasa memiliki dan cinta rasa memiliki membiarkan individu untuk menggabungkan diri dan diterima oleh orang lain
- b. Kebutuhan penghargaan penghargaan membiarkan individu meningkatkan persetujuan dengan oranglain
- c. Aktualisasi diri pemenuhan potensi diri sendiri

([http://www.scribd.com/doc/50329205/Teori Kebutuhan Manusia – Maslow](http://www.scribd.com/doc/50329205/Teori-Kebutuhan-Manusia-Maslow))

Kebutuhan *Blackberry* dengan tingkat kebutuhan manusia mejadi suatu kebutuhan yang tidak bisa di pisahkan, karena masyarakat memilih *Blackberry* untuk kebutuhan pribadi yaitu gaya hidup dimana dengan menggunakan *Blackberry* bisa meningkatkan rasa kepercayaan diri mereka lebih tinggi di karenakan harganya yang masih terbilang cukup mahal dan layanan-layanannya yang canggih maka apabila mereka tidak menggunakan *Blackberry* mereka merasa dirinya kuno atau ketinggalan zaman. Sehingga *Blackberry* merupakan kebutuhan masyarakat yang paling

utama pada saat ini di samping untuk memperlancar dalam berkomunikasi (<http://www.scribd.com/Blackberry-dengan-tingkat-kebutuhan-manusia>, di akses pada tanggal 7 mei 2012). Hal ini akan berdampak terhadap perilaku masyarakat tersebut dalam kehidupan sehari-hari baik terhadap lingkungan sekitar maupun kelompok pertemanannya untuk mengetahui kerangka pikir penulis dalam penelitian akan digambarkan dalam bentuk skema di bawah ini :

SKEMA→

