BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini kebutuhan akan teknologi, baik itu teknologi informasi maupun telekomunikasi sangat tinggi dari mulai golongan menengah kebawah dan golongan menengah ke atas. Semua individu sangat membutuhkan teknologi untuk mempercepat perkembangan atau meningkatkan pembangunan baik pembangunan individu maupun kelompok. Perkembangan teknologi yang saat ini sangat cepat adalah teknologi telekomunikasi, yang menghadirkan beragam pilihan bentuk teknologi dan kecanggihannya (Dhias Rahma Putri, 2010).

Teknologi baru dalam bidang informasi dan komunikasi, seperti satelit maupun internet, telah mempengaruhi struktur sosial salah satunya yaitu merubah cara-cara manusia memperoleh informasi, hal itu juga diiringi dengan perkembangan saling keterkaitan antar teknologi, informasi dan masyarakat (Mirabito dan Morgenstern, 2004: 5). Inovasi dalam hal teknologi dapat menyebabkan perubahan budaya, terutama merubah cara berkomunikasi yang dapat membentuk eksistensi manusia. Bahkan inovasi teknologi komunikasi dapat merevolusi rakyat. Revolusi komunikasi yang didorong oleh kemajuan teknologi ini mempermudah orang mendapatkan akses informasi (Mirabito dan Morgenstern, 2004: 6). Tidak hanya itu, hal tersebut juga dapat menyebabkan perubahan yang radikal dalam cara orang berpikir, merasakan, serta bertindak. Dalam teori

komunikasi *Technological Determinism* yang dikemukakan oleh McLuhan dijelaskan bahwa manusia menciptakan teknologi untuk mempermudah kehidupannya tapi tanpa disadari teknologi yang telah diciptakan malah merubah cara kita berpikir, merasakan, dan bertindak. Teori ini kemudian mendasari munculnya pemikiran dari Neil Postman yang menganggap teknologi sebagai dorongan sosial yang dominan (Postman dalam Straubhaar dan LaRose, 2004: 26). Postman berpendapat bahwa komputer menyokong terciptanya *technopoly*, sebuah kondisi disaat teknologi memperluas kontrolnya dalam aspek-aspek kehidupan manusia. Dapat disimpulkan bahwa perubahan-perubahan penting dalam masyarakat didikte oleh teknologi media dan budaya teknologi informasi yang dominan (Straubhaar dan LaRose, 2004: 30).

Dari berbagai pernyataan diatas kita dapat mengetahui bahwa seiring dengan perkembangan zaman, manusia dan kebudayaan juga mengalami perubahan. Saat ini semua manusia membutuhkan teknologi untuk mempermudah kehidupannya, akan tetapi terkadang manusia tidak bisa mengontrolnya dengan baik, sehingga tanpa disadari teknologi itu seolah mendikte kita. Perlulah sikap cermat kita dalam menanggapi kemajuan teknologi, terutama teknologi komunikasi dan informasi.

Media komunikasi dan informasi saat ini berkembang pesat, peradaban modern yang merambah kemana-mana dan tuntutan jaman serta kehidupan masyarakat yang semakin maju, baik dari segi perubahan pandangan hidup, gaya hidup dan nilai-nilai yang dianut, maupun faktor-faktor psikologis yang menyangkut motivasi dan persepsi, maka sangat dibutuhkan alat penghubung (alat komunikasi) yang sesuai dengan tuntutan jaman tetapi tidak melanggar norma-norma dan peraturan yang dianut oleh masyarakat. Saat ini telepon seluler sudah bukan merupakan barang langka yang sangat mahal dan sulit didapatkan, tetapi sudah

merupakan barang kebutuhan sehari-hari, terutama dikota-kota besar, terlebih bagi mereka yang beraktivitas di dunia bisnis yang kehidupan bermasyarakatnya sangat menghargai waktu, cara hidup yang praktis dan efisien. Informasi dan komunikasi harus terus berjalan lancar, walaupun kesibukannya sangat padat. Diharapkan pula dengan menggunakan telepon seluler tersebut dapat lebih mendukung kesuksesan pekerjanya dan waktu yang digunakannya dapat lebih dipersingkat karna kemudahan dalam berhubungan atau berkomunikasi lewat telepon seluler tersebut. Sampai saat ini ada berbagi jenis telepon seluler yang sudah cukup populer di masyarakat, salah satunya adalah telepon pintar (*smartphone*) (UM Malang, 2007).

Telepon pintar (*smartphone*) adalah telepon genggam atau telepon seluler yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, kadang-kadang dengan fungsi yang menyerupai komputer. Belum ada standar pabrik yang menentukan definisi telepon pintar. Bagi beberapa orang, telepon pintar merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh *software* sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi pengembang aplikasi. Bagi yang lainnya, telepon pintar hanyalah merupakan sebuah telepon yang menyajikan fitur canggih seperti surel (surat elektronik), internet dan kemampuan membaca buku elektronik (*e-book*) atau terdapat papan ketik (baik *built-in* maupun *eksternal*) dan konektor *VGA* atau layar telepon. Dengan kata lain, telepon pintar merupakan komputer mini yang mempunyai kapabilitas sebuah telepon (Rike Z., 2010).

Selama ini belum ada kesepakatan dalam industri ini mengenai apa yang membuat telepon menjadi "pintar", dan pengertian dari telepon pintar itu pun berubah mengikuti waktu. Menurut David Wood, Wakil Presiden Eksekutif PT Symbian OS, "Telepon pintar dapat dibedakan dengan telepon genggam biasa dengan dua

cara fundamental, yaitu bagaimana mereka dibuat dan apa yang mereka bisa lakukan." Kebanyakan alat yang dikategorikan sebagai telepon pintar menggunakan sistem operasi yang berbeda. Dalam hal fitur, kebanyakan telepon pintar mendukung sepenuhnya fasilitas surel dengan fungsi pengatur personal yang lengkap. Fungsi lainnya dapat menyertakan miniatur papan ketik *QWERTY*, layar sentuh atau *D-pad*, kamera, pengaturan daftar nama, penghitung kecepatan, navigasi *software* dan *hardware*, kemampuan membaca dokumen bisnis, pemutar musik, penjelajah foto dan melihat klip video, penjelajah internet, atau hanya sekedar akses aman untuk membuka surat elektronik perusahaan, seperti yang ditawarkan oleh *BlackBerry* (Rike Z., 2010).

BlackBerry kini menjadi fenomena dikalangan para pengguna *handphone* khususnya di Indonesia. Mulai dari pebisnis, pejabat, selebritas, mahasiswa, sampai siswa SMU tampaknya sudah atau ingin memiliki *BlackBerry* dengan alasan yang berbeda tidak peduli itu sesuai dengan kebutuhan atau tidak.

Sebagaimana disebutkan dalam harian "Kompas.com (2009)" :

> *"JAKARTA. RABU – Berapa PIN BB-nya?. Begitu tanya Agus kepada temannya. Ya, di Indonesia pertanyaan PIN ini kini semakin sering dilontarkan oleh sesama pemakai BlackBerry (BB). "BlackBerry fenomenal, luar biasa. Semua pakai, mulai dari anak-anak sampai ibu-ibu rumah tangga." kata Sugiono Wivono (President Director & CEO, PT Trikomsel Oke – yang memiliki toko khusus BlackBerry di Jakarta). Pertumbuhan pasar BlackBerry memang mengejutkan, khususnya setelah perangkat komunikasi ini tidak hanya dipasarkan ke kalangan korporat, tetapi juga ke konsumen umum (ritel/individual). Dalam tempo empat bulan setelah layanan BlackBerry On Demand diluncurkan Indosat, tutur Wahyu Wijayadi (Direktur Corporate Services Indosat). jumlah pelanggan bertambah 15 ribu. "Total yang pernah pakai BlackBerry On Demand sekitar 30 ribu." ungkapnya. Tahun ini, target penjualan BlackBerry mencapai 100 ribu unit. Mungkinkah tercapai? Menurut Wahyu bisa saja, sebab pertumbuhan BlackBerry dari tahun ke tahun selalu tinggi. "Kurun waktu tahun 2004 – 2005, pertumbuhannya 25%. Tahun*

> *2006 naik 50%. Tahun 2006 – 2007 tumbuh 100% karena kita masuk ke pasar ritel. post paid. Tahun 2007 – 2008 berkembang 250%." urai Wahyu sambil mengatakan bahwa pelanggan layanan BlackBerry Indosat sudah berjumlah 35.500. Wahyu kemudian secara bergurau melontarkan gagasan untuk menjadikan BlackBerry sebagai ponsel sejuta umat. "Harga BlackBerry murah. lebih murah dari PC. notebook." kata Wahyu tentang perangkat yang kabarnya dapat membuat penggunanya ketagihan itu. Sekadar informasi, BlackBerry pertama kali masuk Indonesia pada tahun 2004 melalui StarHub Singapura yang bekerjasama dengan Indosat. Namun per tahun 2006, Indosat menangani sendiri kerjasama BB dengan produsen asal Canada, RIM, untuk memasarkan BB ke korporat maupun ritel. Selain Indosat, BlackBerry yang resmi saat ini dijual melalui operator telekomunikasi XL dan Telkomsel".*

Sejak diluncurkan di Indonesia pada tahun 2004, *BlackBerry* bagaikan virus berkekuatan super yang menyebar cepat di Indonesia. Dari tahun ke tahun pengguna *BlackBerry* meningkat dengat pesat. Dari awalnya hanya 400.000 orang, sampai menjadi lebih dari 2 juta pengguna pada akhir 2010. Dengan angka peningkatan yang begitu signifikan ini, Indonesia pun didaulat sebagai negara pengguna *BlackBerry* terbesar di dunia. Dengan demikian, tidak heran apabila Indonesia menjadi target pemasaran utama bagi *BlackBerry* (Kompas.com, 2009).

Apakah yang mendasari *BlackBerry* bisa tumbuh pesat di dunia pada umumnya dan di Indonesia pada khususnya? Namun alasan sebuah koneksi internet yang mudah dan cepat kemungkinan adalah salah satu alasan mengapa *BlackBerry* berhasil mencuri perhatian para pengguna *handphone* dari merek-merek yang sebelumnya menjadi referensi pembelian *handphone* terbaru. Namun masih diragukan apakah koneksi menjadi alasan masyarakat Indonesia mulai mengalihkan perhatian ke *BlackBerry*. Pasti ada alasan *trend*, gaya hidup atau nilai prestisius (gengsi) dibalik alasan fitur layanan yang diberikan oleh *BlackBerry*.

Masyarakat dan kebudayaan mestilah mengalami perubahan. Salah satu unsur perubahan kebudayaan adalah inovasi teknologi. *BlackBerry* merupakan salah satu fenomena inovasi teknologi saat ini yang mewabah di masyarakat Indonesia terutama kalangan remaja. Masyarakat Bandar Lampung adalah masyarakat yang heterogen dan kompleks, masyarakat Bandar Lampung juga bercirikan masyarakat yang terbuka akan perubahan, terutama dengan masuknya inovasi teknologi. Selain itu masyarakat Indonesia, termasuk masyarakat Bandar Lampung yang heterogen dan kompleks cenderung menjadi masyarakat yang konsumtif dan berlomba-lomba untuk memiliki teknologi baru untuk menunjukkan status dan gengsi bukan berdasarkan kebutuhannya. Oleh karena itu penelitian ini akan mengkaji inovasi teknologi komunikasi, perubahan gaya hidup dan gengsi pengguna *BlackBerry* (*BlackBerryan*) di Bandar Lampung.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang menjadi pokok penelitian ini adalah: "Mengkaji inovasi teknologi komunikasi, perubahan gaya hidup dan gengsi pengguna *BlackBerry* (*BlackBerryan*) di Bandar Lampung".

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan permasalah diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengkaji gaya hidup dan gengsi pengguna *BlackBerry* (*BlackBerryan*).
2. Menganalisis inovasi teknologi komunikasi dan perubahan gaya hidup masyarakat dalam berkomunikasi.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah :

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan sosial atau sosiologi, khususnya sosiologi komunikasi dan kebudayaan. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rujukan dalam mengkaji permasalahan sosial dalam masyarakat yang erat kaitannya dengan gengsi, gaya hidup dan status sosial. Sosiologi lebih mementingkan pada aspek "apa yang terjadi (*das sein*)" dan bukan apa yang seharusnya (*das sollen*). Oleh karena sosiologi tidak bekerja untuk menilai namun lebih bertujuan untuk mendeskripsikan. Sudah tentu, pola pikir seperti ini tidak menafikan pentingnya sikap kritis terhadap apa yang terjadi di masyarakat. Oleh karena itu pula dalam mempelajari apa yang terjadi di masyarakat, sosiologi bukan hanya melihat apa yang tampak, tetapi memahami hukum sosial dibalik apa yang tampak.
2. Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan serta pengetahuan bagi para pengguna inovasi teknologi komunikasi dalam menanggapi kemajuan teknologi yang begitu pesat ini. Sehingga

diharapkan masyarakat akan lebih paham betul akan pemanfaatan teknologi, khususnya teknologi komunikasi, serta dapat mengontrolnya sebaik mungkin sesuai dengan kebutuhannya agar tidak menyalahi nilai-nilai kehidupan manusia. Bagi para pengguna ataupun yang ingin menggunakan *BlackBerry*, agar dapat menyadari betul apakah perangkat telepon seluler ini memang sesuai dengan kebutuhannya, atau hanya sekedar ingin mengikuti *trend* yang ada tanpa mengetahui apa sebenarnya fungsi dari fitur-fitur yang di sediakan oleh *gadge*t ini. Apakah benar masyarakat di Indonesia umumnya, khususnya di Bandar Lampung telah "*melek*" teknologi, atau hanya menjadi sasaran target pemasaran *BlackBerry* dikarenakan masyarakat Indonesia yang pada umumnya hanya gemar ber-*chatting* ria, *facebook*, *twitter* serta jejaring sosial lainnya. Pada akhirnya diharapkan masyrakat dapat mengambil langkah bijak dalam menanggapi fenomena ini.