

**MANFAAT PENGGUNAAN SMARTPHONE
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI
(Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi)**

Oleh:

Deify Timbowo

e-mail: deifytimbowo@gmail.com

Abstrak

Penggunaan smartphone kini bukan merupakan sesuatu hal yang asing di kalangan mahasiswa. Penelitian ini ingin mengeksplorasi makna pemanfaatan smartphone di kalangan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fispol Unsrat, karena sebagaimana diketahui bahwa fungsi smartphone tidak sekedar untuk saling menelepon belaka. Fitur-fitur yang dimiliki smartphone memungkinkan orang untuk berkomunikasi dengan berbagai cara, disamping itu memungkinkan orang untuk menggunakannya dengan maksud lain, selain untuk berkomunikasi.

Dengan menggunakan pendekatan metode kualitatif maka peneliti menemukan hasil bahwa ternyata mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fispol Unsrat benar-benar telah memahami dan dapat memanfaatkan smartphone dengan berbagai fitur yang dimilikinya sebagai media untuk berkomunikasi secara intensif dengan orang lain tanpa perlu melakukannya secara tatap muka.

Kata kunci: smartphone, media, komunikasi.

PENDAHULUAN

Teknologi informasi dan komunikasi telah mengalami perubahan yang cepat, sehingga proses komunikasi pun ikut mengalami perubahan signifikan. Pesatnya kemajuan teknologi telah menumbuhkan perkembangan baru yaitu, kualitas komunikasi semakin ampuh, kualitas bahan komunikasi semakin besar, jangkauan penyebaran semakin luas dan arus penyebaran semakin cepat dan canggih.

Komunikasi memang diperlukan untuk menjalin suatu interaksi dalam masyarakat, syarat terjadinya interaksi harus adanya kontak dan komunikasi. Kontak tidak hanya terjadi secara berhadapan langsung, kontak dapat terjadi melalui perantara, perantara tersebut bisa melalui peralatan. Oleh karena itu, orang dapat mengadakan hubungan komunikasi dengan orang lain tanpa harus bertemu, (Soerjono 1982:58).

Komunikasi dapat berlangsung dari mana saja, baik secara langsung maupun tidak langsung, misalnya dengan menggunakan *handhone* atau telepon genggam. Saat ini *handhone* merupakan media komunikasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Seiring dengan majunya perkembangan teknologi, telepon genggam juga mengalami perkembangan yang pada awalnya hanya digunakan untuk untuk mengirim dan menerima pesan atau melakukan panggilan maupun menerima panggilan masuk, kini telah dilengkapi dengan fitur internet dan dapat bekerja seperti computer karena itu dia dianggap sebagai telepon pintar.

Smartphone atau telepon pintar kini menjadi barang yang wajib dimiliki oleh setiap orang, masyarakat saat ini memang sangat antusias untuk menggunakan telepon pintar sebagai alat untuk berkomunikasi dengan sesama. Banyak hal yang dapat kita lakukan dengan menggunakan *smartphone*, contohnya dalam melakukan komunikasi kita dapat memanfaatkan aplikasi-aplikasi yang terdapat pada telepon pintar seperti LINE, Path,

Instagram, BBM, FB dan Twitter atau bahkan kita dapat berkomunikasi bertatap muka secara langsung dengan orang lain melalui video call.

Para pengguna *smartphone* atau telepon pintar hadir dari latar belakang yang beragam seperti, para pegawai kantor, ibu-ibu rumah tangga, pelajar dan tidak terkecuali mahasiswa. Memang benar para mahasiswa merupakan kelompok yang paling banyak memanfaatkan *smartphone* dalam kegiatan sehari-hari, telepon pintar merupakan barang yang wajib dimiliki mahasiswa saat ini, belum bisa dikatakan "gaul" jika seorang mahasiswa belum menggunakan *smartphone*, berdasarkan observasi awal yang dilakukan hampir semua mahasiswa yang ada di jurusan komunikasi fispol unsrat menggunakan telepon pintar namun dalam pemanfaatannya sebagai media komunikasi, mahasiswa menjadi ketergantungan dengan hanya menggunakan *smartphone* sebagai satu-satunya media untuk berkomunikasi.

Oleh karena itu peneliti merasa tertarik dengan fenomena yang ada pada mahasiswa dalam memanfaatkan telepon pintar atau *smartphone* sebagai alat dalam melakukan komunikasi, untuk itu penulis mengikat judul penelitian: "Manfaat Penggunaan Smartphone sebagai Media Komunikasi" (study pada mahasiswa jurusan ilmu komunikasi fispol unsrat).

Berdasarkan latar belakang di atas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1) Apa manfaat penggunaan *smartphone* sebagai media komunikasi?
- 2) Mengapa *smartphone* atau telepon pintar menjadi pilihan sebagai media berkomunikasi?

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

Pengertian Komunikasi

Secara sederhana kamus umum Bahasa Indonesia menjelaskan pengertian komunikasi sama dengan perhubungan. Dengan komunikasi orang dapat menyampaikan pesan-pesan tertentu kepada kelompok ataupun kepada masyarakat luas.

Komunikasi adalah sarana yang paling vital bagi setiap manusia untuk mengerti dirinya sendiri, mengerti orang lain, dan memahami lingkungannya. Mengetahui tempat dan cara kehadirannya di masyarakat serta hubungan dengan sesama di sekitarnya. Semuanya itu dipahami dengan adanya "jalur komunikasi" yang terjalin baik. Komunikasi tidak saja dikenal dalam bidang kehumasan (*public relation*) atau dunia pers, melainkan mempunyai cakrawala pemahaman yang sangat luas. Hampir setiap aspek kehidupan manusia selalu terjalin proses komunikasi disadari atau tidak disadari. Berikut beberapa pengertian tentang komunikasi.

William Albig dalam bukunya *public opinion* mengatakan bahwa komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang yang berarti antara individu (*communication is the process of transmitting meaningful symbols between individuals*).

Sedangkan Noel Gits dalam (Siahaan, 1990:3) mengemukakan pendapatnya, bilamana interaksi sosial meliputi pengeporan arti-arti dengan menggunakan lambing-lambang, itulah komunikasi (*when social interaction involves the transmission of meaning through the uses of symbols, it is known as communication*).

Carl I. Howland (Siahaan, 1990:3) komunikasi adalah proses bilamana seseorang individu (komunikator) mengoper stimulan (biasanya lambang kata-kata) untuk merombah tingkah laku individu lainnya (komunikan)

Namun menurut Onong Uchyana Effendy dalam bukunya "*komunikasi teori dan praktek*" mengatakan: Komunikasi pada hakekatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh komunikator kepada komunikan.

Dari uraian di atas dapat dilihat adanya duanilai yang selalu ada. Nilai pertama adalah *informasi*, apakah berupa lambang-lambang atau berupa gambaran yang menjadi stimulan. Pesan atau message itu jelas wujud dan proses (pengoperannya). Nilai kedua adalah *persusif*, yakni proses pemindahan itu hendak mencapai satu saran, orang yang menerimanya dan memahaminya. Secara ontologis dapat dilihat, bahwa komunikasi itu adalah perhubungan atau proses pemindahan dan pengoperan arti, nilai, pesan melalui media atau lambang-lambang, apakah itu dengan bahasa lisan, tulisan, ataupun isyarat. Secara aksiologis diperlihatkan proses pemindahan pesan tersebut dari komunikator kepada komunikan. Komunikator memberikan ide rangsangan, sehingga sikap, idea tau pemahaman dapat dimengerti oleh komunikator maupun oleh komunikan. Secara epistemologis Nampak bahwa komunikasi bertujuan merubah pola pikir atau sikap orang lain (komunikan) untuk dapat membangun kebersamaan, mencapai ide yang sama demi tujuan bersama pula.

Pengertian Komunikasi Massa

Pada hakekatnya komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa sebagai saluran pesan komunikasinya. Yang dimaksud dengan komunikasi massa (mass communication) disini adalah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum dan film yang diperuntukkan di gedung-gedung bioskop.

Jalaluddin Rakhmad (1989:214) mengemukakan bahwa komunikasi massa adalah sebagai berikut:

"Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, anonym, melalui media cetak atau elektronik, sehingga pesan yang samadapat diterima secara serentak.

Menurut Onong U. Effendi, terdapat perbedaa antara para ahli mengenai komunikasi massa tersebut, para ahli psikologi berpendapat komunikasi massa adalah berpidato dihadapan sejumlah orang banyak disebuah lapangan. Maksudnya menunjukkan perilaku massa (mass behavior), itu dapat diartikan sebagai komunikasi massa. Sekalipun pada mulanya mereka berkumpul itu mengenal satu sama lainnya, tetapi karena sama-sama mereka terpicat oleh pidato seorang orator, maka menjadi massa. Oleh sebab itu, komunikasi dilakukan orator secara tatap muka seperti itu adalah komunikasi massa. Komunikasi massa juga adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar-pemancar audiodan visual, misalnya suray kabar, majalah, radio, buku dan lain-lain.

Apabilah diperhatikan pendapat diatas menitikberatkan pada cri-ciri komunikasi massa yang ditujukan kepada sejumlah orgn banyak, serentak dan heterogen. Pada bagian lain Jalaludin Rakhmad (1989;213-214) telah mengumpulkan beberapa definisi mengenai komunikasi massa sebagai berikut:

- 1) komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan media massa oleh sejumlah orang.(Bitner)
- 2) komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus yang continue serta paling luasdimiliki orang dalam masyarakat industry. (Gerbner)

- 3) komunikasi massa diartikan setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pesan komunikasi secara terbuka melalui media, penyebarannya teknik secara tidak langsung dan satu arah pada public yang tersebar. (Meletzke)
- 4) komunikasi massa dibedakan dari jenis komunikasi yang lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus populasi. Komunikasi massa juga menyampaikan pesan komunikasi agar supaya komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama semua orang yang memiliki berbagai lapisan masyarakat. (Freidsow).

Selanjutnya istilah mass communications (pakai "s") diartikan sama dengan mass media atau media massa dalam bahasa Indonesia, sedangkan yang dimaksud dengan mass communication (tanpa "s") adalah proses komunikasi melalui media massa (Onong U. Effendi, 1984 ; 14).

Menurut Onong U. Effendi (1984:76), komunikasi massa adalah:

"Penyebaran pesan dengan menggunakan media massa yang abstrak yakni, sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampai pesan. Pembaca surat kabar, pendengar radio, penonton televisi, dan film tidak tampak oleh si komunikator. Dengan demikian jelaslah bahwa komunikasi massa atau komunikasi melalui media massa sifatnya satu arah, begitu pesan disebarkan melalui komunikator tidak diketahui apakah pesan itu diterima, dimengerti atau dilakukan oleh komunikan. Wartawan surat kabar, penyiar radio, penyiar televisi, atau sutradara film tidak mengetahui nasib pesan yang disampaikan pada khalayak.

Media

Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari bahasa latin yang merupakan bentuk jamak dari "medium". Secara harafiah kata tersebut mempunyai perantara atau pengantar, yaitu perantara sumber pesan (a source) dengan penerima pesan (a receiver). Jadi dalam pengertian yang lain, media adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak banyak. (www.wikipedia.com).

Manfaat

Kata manfaat memiliki pengertian yaitu keinginan orang banyak untuk menjadikan lebih mudah atau lebih baik tanpa harus jadi beban hidupnya. Sedangkan menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), manfaat memiliki arti " berguna". (www.wikipedia.com)

Mahasiswa

Dalam peraturan pemerintah RI No.30 tahun 1990 adalah peserta didik yang terdaftar dan belajar di perguruan tinggi tertentu.

Selanjutnya menurut Sarwono (1978) mahasiswa adalah setiap orang yang secara resmi terdaftar untuk mengikuti pelajaran di perguruan tinggi dengan batas usia sekitar 18-30 tahun.

Mahasiswa merupakan suatu kelompok dalam masyarakat yang memperoleh statusnya karena ikatan dengan perguruan tinggi. Mahasiswa juga merupakan calon intelektual atau cendekiawan muda dalam suatu lapisan masyarakat yang sering kali syarat dengan berbagai predikat.

Knopfemacher (Sarwono, 1978)

Mahasiswa merupakan insane-insan calon sarjana yang dalam keterlibatannya dengan perguruan tinggi yang makin menyatu dengan masyarakat), dididik dan di harapkan menjadi calon-calon intelektual

Smartphone

Ponsel cerdas atau dalam bahasa inggris *smartphone* adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan dengan fungsi yang menyerupai computer. Belum ada standar pabrik yang menentukan arti ponsel cerdas, bagi beberapa orang ponsel cerdas merupakan telepon yang bekerja menggunakan seluruh perangkat lunak, sistem operasi yang menyediakan hubungan standar dan mendasar bagi penggemar aplikasi. Bagi yang lainnya, ponsel cerdas 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 sebagai mana jadi atau dihubungkan keluar) dan penyambung VGA. Dengan kata lain, ponsel cerdas merupakan computer kecil yang mempunyai kemampuan sebuah telepon.

Belum ada kesepakatan dalam industry ini mengenai apa yang membuat telepon menjadi pintar dan pengertian ponsel cerdas itu pun berubah mengikuti waktu. Menurut David Wood yang merupakan wakil presiden dari eksekutif PT Symbian OS, "*ponsel cerdas dapat dibedakan dengan telepon genggam biasa dengan dua cara fundamental, yakni bagaimana mereka dibuat dan apa yang mereka bisa lakukan.*" Pengertian lainnya member penekanan perbedaan dua faktor ini.

Sacha Wunch mengatakan dengan menggunakan ponsel cerdas hanya merupakan sebuah evolusi dari jenjang-jenjang evolusi. Jadi kemungkinan alat ini pada titik tertentu akan menjadi lebih kecil dan kita tidak akan menyebutnya telepon lagi, tetapi ia akan terintergrasi. Kesepakatannya disini adalah untuk membuat alat ini menjadi se-tidak terlihat mungkin, antara anda dan apa yang ingin anda lakukan.

Kebanyakan alat yang dikategorikan sebagai telepon pintar menggunakan sistem operasi berbeda. Dalam hal fitur, kebanyakan telepon pintar mendukung sepenuhnya fasilitas *surel* dengan fungsi pengatur personal yang lengkap. Fungsi yang lainnya dapat menyertakan miniature papan ketik *QWERTY*, layar sentuh atau *D-PAD*, kamera pengaturan daftar nama, penghitung kecepatan, navigasi piranti lunak dan keras, kemampuan membaca dokumen bisnis, pemutar music, foto dan melihat klip video, penjelajah internet atau hanya sekedar akses aman untuk membuka *surel* perusahaan, seperti yang ditawarkan *Blackberry*. Fitur yang paling sering ditemukan pada telepon pintar adalah kemampuannya menyimpan daftar nama sebanyak mungkin, tidak seperti telepon genggam biasa yang mempunyai batasan maksimum penyimpan daftar nama. (www.wikipedia.com).

Teori Uses And Gratification

Denis McQuail (1981) menyebutkan adanya dua hal dibalik kebangkitan pendekatan ini.

1. Adanya oposisi terhadap asumsi yang deterministic mengenai efek media, yang merupakan bagian dari dominannya peran individu yang kita kenal dalam model komunikasi dua tahap.
2. Adanya keinginan untuk lepas dari perdebatan yang kering terasa steril mengenai penggunaan media massa yang hanya didasarkan atas selera individu.

Dalam hal ini, pendekatan *uses and gratifications* memberikan suatu cara alternative untuk memandang pada hubungan antara isi media menurut fungsinya daripada tingkat selera yang berbeda.

Katz (Sendjaja, 1998:212) menggambarkan logika yang mendasari penelitian mengenai media *uses and gratification* sebagai berikut:

- 1) Kondisi sosial psikologis seseorang akan menyebabkan adanya,
- 2) Kebutuhan, yang menciptakan,
- 3) Harapan-harapan terhadap,
- 4) Media massa atau sumbe-sumber yang lain, yang membawa kepada,
- 5) Perbedaan pola penggunaan media (atau keterlibatan dalam aktivitas lainnya) yang akhirnya akan menghasilkan,
- 6) Pemenuhan kebutuhan dan,
- 7) Konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya.

Sebagai tambahan bagi elemen-elemen dasar tersebut di atas, penelitian *uses and gratifications* sering memasukan unsure motif untuk memuaskan kebutuhan dan alternatif – alternatif fungsional untuk memenuhi kebutuhan.

Uses and gratifications untuk pertama kalinya diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam buku "*The uses of mass communications; current perspective on gratifications research*". Penelitian diarahkan pada jawaban pertanyaan apa yang dilakukan media pada khalayak (*what do media do people*).

Salah satu dari teori komunikasi massa yang populer dan sering digunakan sebagai kerangka teori dalam mengkaji realitas komunikasi massa adalah *uses and gratifications*. Pendekatan ini menekan riset komunikasi massa pada konsumen pesan atau komunikasi dan tidak begitu memperhatikan mengenai pesannya.

Determinasi Teknologi Marshall MC Luhen

Teori ini dikemukakan oleh Marshall McLuhan pertama kali pada tahun 1962 dalam tulisannya *The Guttenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain. Misalnya dari masyarakat suku yang belum mengenal huruf menuju masyarakat yang memakai peralatan komunikasi cetak, ke masyarakat yang memakai peralatan komunikasi elektronik.

Marshall McLuhan adalah seorang guru dari University of Toronto, beliau pernah mengatakan bahwa *the medium is the mass-age*. Media adalah era massa. Maksudnya adalah bahwa saat ini kita hidup di era yang unik dalam sejarah peradaban manusia, yaitu era media massa. Terutama lagi, pada era media elektronik seperti sekarang ini. Media pada hakikatnya telah benar-benar mempengaruhi cara berpikir, merasakan, dan bertingkah laku manusia itu sendiri. Kita saat ini berada pada era revolusi, yaitu revolusi masyarakat menjadi massa, oleh karena kehadiran media massa tadi. Di mana menurut McLuhan, eksistensi manusia ditentukan oleh perubahan mode komunikasi.

Dalam logika perpanjangan badan manusia, mesin ketik adalah perpanjangan tangan manusia, mobil adalah perpanjangan kaki manusia, radio adalah perpanjangan telinga manusia, media cetak adalah perpanjangan mata manusia, dan teknologi televisi, komputer serta internet adalah perpanjangan pusat sistem syaraf manusia sehingga menurut logika perpanjangan manusia di atas yang berkomunikasi adalah alat-alat komunikasi dan

sistemnya itu sendiri. Proses komunikasi dalam masyarakat berteknologi canggih sama sekali tidak memerlukan manusia sebagai pelaku komunikasi. Proses komunikasi sekadar aliran pesan-pesan yang diregistrasi dalam kaitannya dengan biaya finansial. Jadi kita tinggal mengecek ke dalam sistem untuk memenuhi hasrat atau tujuan individual, dan hanya itulah hakikat dari partisipasi individual kita. Jika alat-alat sudah berkonvergensi, mereka akan jauh lebih kompatibel, semakin berkemampuan tinggi untuk membaca pesan satu sama lain.

Perubahan pada mode komunikasi membentuk suatu budaya dengan melalui beberapa tahapan, yaitu:

1. penemuan dalam teknologi komunikasi
2. perubahan dalam jenis-jenis komunikasi
3. peralatan untuk berkomunikasi

McLuhan memetakan sejarah kehidupan manusia ke dalam empat periode: a tribal age (era suku atau purba), literate age (era literal/huruf), a print age (era cetak), dan electronic age (era elektronik). Menurutnya, transisi antar periode tadi tidaklah bersifat bersifat gradual atau evolusif, akan tetapi lebih disebabkan oleh penemuan teknologi komunikasi.

The Tribal Age, Menurut McLuhan, pada era purba atau era suku zaman dahulu, manusia hanya mengandalkan indera pendengaran dalam berkomunikasi. Komunikasi pada era itu hanya mendasarkan diri pada narasi, cerita, dongeng tuturan, dan sejenisnya. Jadi, telinga adalah "raja" ketika itu, "hearing is believing", dan kemampuan visual manusia belum banyak diandalkan dalam komunikasi. Era primitif ini kemudian tergusur dengan ditemukannya alfabet atau huruf.

The Age of Literacy. Semenjak ditemukannya alfabet atau huruf, maka cara manusia berkomunikasi banyak berubah. Indera penglihatan kemudian menjadi dominan di era ini, mengalahkan indera pendengaran. Manusia berkomunikasi tidak lagi mengandalkan tuturan, tapi lebih kepada tulisan.

The Print Age. Sejak ditemukannya mesin cetak menjadikan alfabet semakin menyebarluas ke penjuru dunia. Kekuatan kata-kata melalui mesin cetak tersebut semakin merajalela. Kehadiran mesin cetak, dan kemudian media cetak, menjadikan manusia lebih bebas lagi untuk berkomunikasi.

The Electronic Age. Era ini juga menandai ditemukannya berbagai macam alat atau teknologi komunikasi. Telegram, telpon, radio, film, televisi, VCR, fax, komputer, dan internet. Manusia kemudian menjadi hidup di dalam apa yang disebut sebagai "global village". Media massa pada era ini mampu membawa manusia mampu untuk bersentuhan dengan manusia yang lainnya, kapan saja, di mana saja, seketika itu juga.

Inti dari teori McLuhan adalah determinisme teknologi. Maksudnya adalah penemuan atau perkembangan teknologi komunikasi itulah yang sebenarnya yang mengubah kebudayaan manusia. Jika Karl Marx berasumsi bahwa sejarah ditentukan oleh kekuatan produksi, maka menurut McLuhan eksistensi manusia ditentukan oleh perubahan mode komunikasi.

McLuhan juga menyebutkan bahwa media massa adalah ekstensi atau perpanjangan dari inderawi manusia (extention of man). Media tidak hanya memperpanjang jangkauan kita terhadap suatu tempat, peristiwa, informasi, tapi juga menjadikan hidup kita lebih efisien. Lebih dari itu media juga membantu kita dalam menafsirkan tentang kehidupan kita.

Medium is the message, Dalam perspektif McLuhan, media itu sendiri lebih penting dari pada isi pesan yang disampaikan oleh media tersebut. Misalnya, mungkin isi tayangan di televisi memang penting atau menarik, akan tetapi sebenarnya kehadiran televisi di ruang

keluarga tersebut menjadi jauh lebih penting lagi. Televisi dengan kehadirannya saja sudah menjadi penting, bukan lagi tentang isi pesannya. Kehadiran media massa telah lebih banyak mengubah kehidupan manusia, lebih dari apa isi pesan yang mereka sampaikan.

Kehadiran media massa, dan segala kemajuan teknologi komunikasi yang lainnya, seharusnya menjadikan kehidupan manusia lebih baik. Namun ketika yang terjadi justru sebaliknya, kita menjadi didominasi oleh media massa dan teknologi komunikasi yang semakin pesat tersebut, maka ini menjadi sebuah ironi

McLuhan berpikir bahwa budaya kita dibentuk oleh bagaimana cara kita berkomunikasi. Paling tidak, ada beberapa tahapan yang layak disimak. Pertama, penemuan dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya. Kedua, perubahan di dalam jenis-jenis komunikasi akhirnya membentuk kehidupan manusia. Ketiga, sebagaimana yang dikatakan McLuhan bahwa "Kita membentuk peralatan untuk berkomunikasi, dan akhirnya peralatan untuk berkomunikasi yang kita gunakan itu akhirnya membentuk atau mempengaruhi kehidupan kita sendiri".

Kita belajar, merasa dan berpikir terhadap apa yang akan kita lakukan karena pesan yang diterima teknologi komunikasi menyediakan untuk itu. Artinya, teknologi komunikasi menyediakan pesan dan membentuk perilaku kita sendiri. Radio menyediakan kepada manusia lewat indera pendengaran (audio), sementara televisi menyediakan tidak hanya pendengaran tetapi juga penglihatan (audio visual). Apa yang diterpa dari dua media itu masuk ke dalam perasaan manusia dan mempengaruhi kehidupan sehari-hari kita. Selanjutnya, kita ingin menggunakannya lagi dan terus menerus. Bahkan McLuhan sampai pada kesimpulannya bahwa media adalah pesan itu sendiri (the medium is the message).

(Edi Santoso. 2010:114-130)

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian Kualitatif

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling* bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika ada yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data.

Peneliti adalah bagian integral dari data, artinya peneliti ikut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan. Dengan demikian, periset menjadi instrument riset yang harus terjun langsung di lapangan. Karena itu riset ini bersifat subjektif dan hasilnya lebih kasuistik bukan untuk digeneralisasikan. Desain riset dapat dibuat bersamaan atau sesudah riset. Desain dapat berubah atau disesuaikan dengan perkembangan riset. Bahkan untuk riset eksploratif (*grounded*), periset sama sekali tidak mempunyai konsep awal apa yang diteliti, sehingga tentu saja juga tidak mempunyai desain riset. Dengan tidak mendesain, dimaksudkan agar periset melakukan riset dalam setting yang alamiah dan membiarkan peristiwa yang diteliti mengalir secara normal tanpa mengontrol variabel yang diteliti.

Selanjutnya metode kualitatif ini mempunyai beberapa cara yang disesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan data yang diperlukan. Mulyana (2001:148) menyebutkan bahwa metode penelitian dengan cara deskriptif (wawancara tak bestruktur/ wawancara

mendalam, pengamatan berperan serta), analisis dokumen, studi kasus, studi historis kritis, penafsiran sangat ditekankan alih-alih pengamatan objektif.

Fokus Penelitian

Fokus dari penelitian ini tentang manfaat penggunaan smartphone sebagai media komunikasi, studi pada mahasiswa jurusan ilmu komunikasi fispol unsrat. Hal ini berdasarkan pengamatan dari peneliti dalam hal ini adalah penulis.

Lokasi penelitian.

Lokasi dari penelitian ini yaitu Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi, yang beralamat di kelurahan Bahu Kecamatan Malalayang Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara.

3.4. Informan Penelitian.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat subjektif karena metode penelitian utamanya memiliki kebebasan bagi peneliti untuk menentukan siapa yang akan dijadikan informan untuk menjaga kesesuaian data yang diperoleh dengan arah penelitian, (Rachmat Kriyantono; 2006). Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel berdasarkan kemudahan (*Available sampling/convenience sampling*). Pemilihan sampel ini berdasarkan kemudahan data yang dimiliki oleh populasi. Peneliti bebas memilih siapa saja anggota populasi yang mempunyai data berlimpah dan mudah diperoleh peneliti. Pada penelitian ini sampel yang diambil adalah mahasiswa jurusan ilmu komunikasi angkatan 2012, 2013, 2014, dan 2015.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Singkat Lokasi Penelitian

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik ibarat benih telah ditanam sejak 1 Agustus 1958 dengan nama Fakultas Tata Praja dan merupakan Fakultas keempat dari Perguruan Tinggi Manado (PTM) yang berstatus swasta.

Perguruan Tinggi Manado sudah menjadi Universitas Sulawesi Utara Tengah sejak bulan Oktober 1959 dengan singkatan UNSUT, kemudian tahun 1960 dirubah menjadi UNISUT, maka pada tahun 1961 Fakultas Tata Praja ini diganti menjadi Fakultas Sosial Politik. Akan tetapi, dengan surat Keputusan Menteri PTIP Nomor 132/1962, tanggal 1 Oktober 1962 Fakultas Sosial Politik diintegrasikan pada Fakultas Hukum dan Pengetahuan Masyarakat sebagai satu jurusan otonom. Selanjutnya dengan Surat Keputusan Menteri PTIP No. 81/1964 tanggal 18 Agustus 1964, terhitung sejak 17 Agustus 1964 berdiri secara resmi Fakultas Sosial Politik dalam lingkungan Universitas Sulawesi Utara/Tengah yang sejak tanggal 4 Juli 1961 dengan Surat Keputusan Menteri PTIP No. 0022/SK/PU, telah diresmikan menjadi Universitas Negeri dengan nama UNSULUTTENG.

Dengan Surat Keputusan Presiden Republik Indonesia No. 277 tahun 1965, tanggal 14 September 1965, ditetapkan nama Universitas Sulawesi Utara/Tengah menjadi Universitas Sam Ratulangi (UNSRAT), sehingga pada gilirannya Fakultas Sosial Politik UNSULUTTENG menjadi Fakultas Sosial Politik Unsrat.

Pada awal berdirinya Fakultas Sosial Politik dimulai dengan Jurusan Administrasi Negara, Administrasi Niaga dan Sosiatri. Pada tahun 1975 dibuka seksi Ilmu Komunikasi, dan diikuti setahun kemudian seksi Ilmu Pemerintahan pada Jurusan Administrasi Negara. Dua

seksi ini kemudian berkembang menjadi Jurusan yang berdiri sendiri. Selanjutnya tahun 1981 Jurusan Sosiologi dan Ilmu Politik dibuka, yang kemudian dalam perkembangannya, seksi Ilmu Politik diintegrasikan ke dalam Jurusan Ilmu Pemerintahan, sedangkan Jurusan Sosiatri dipadukan dengan Sosiologi menjadi Jurusan Sosiologi.

Dengan Peraturan Pemerintah No. 27 tahun 1981 dan Keputusan Presiden No: 70 Tahun 82 tertanggal 1 September 1982, Fakultas Sosial Politik diganti dengan nama Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik disingkat FISIP.

Perkembangan dan penataan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sampai dengan tahun 2009/2010 adalah sebagai berikut: (1) Jurusan Ilmu Administrasi dengan Program Studi Administrasi Negara dan Program Studi Administrasi Niaga; (2) Jurusan Ilmu Pemerintahan dengan Program Studi Ilmu Pemerintahan dan Program Studi Ilmu Politik; (3) Jurusan Ilmu Komunikasi dengan Program Studi Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Program Studi D_{III} Perpustakaan; (4) Jurusan Sosiologi dengan Program Studi Sosiologi; (5) Jurusan Antropologi dengan Program Studi Antropologi.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik adalah unsur pelaksana akademik yang melaksanakan sebagian tugas dan fungsi Universitas Sam Ratulangi yang berada di bawah Rektor, dimana Fakultas mempunyai tugas mengkoordinasikan dan melaksanakan pendidikan akademik dan atau profesional dalam lingkup Program Strata 1 (S₁) yang meliputi:

1. Melaksanakan pendidikan dan pengajaran serta mengembangkannya.
2. Melaksanakan penelitian dalam rangka meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional, khususnya untuk memperkaya ilmu pengetahuan, teknologi dan seni
3. Melaksanakan pengabdian kepada masyarakat
4. Melaksanakan pembinaan warga FISIP dan lingkungannya.

Dalam rangka mencerdaskan bangsa dan memajukan pendidikan di Indonesia, FISIP sebagai institusi pemerintah menyelenggarakan program pendidikan akademik dan profesional. Untuk menjalankan tugas ini, FISIP dipimpin seorang Dekan dan dibantu empat Pembantu Dekan yaitu Pembantu Dekan I Bidang Akademik, Pembantu Dekan II Bidang Administrasi Umum dan Keuangan, Pembantu Dekan III Bidang Kemahasiswaan.

Manfaat Penggunaan Smartphone Sebagai Media Komunikasi Oleh Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil beberapa informan dari mahasiswa ilmu komunikasi yang berada pada angkatan 2012,2013,2014 dan 2015.

1. Informan I inisial MM (mahasiswa komunikasi angkatan 2013).
Menggunakan smartphone dengan merek Samsung Galaxi Core selama 1 tahun, alasan MM menggunakan telepon pintar sebagai media komunikasi karena smartphone sudah lebih canggih dibandingkan dengan telepon biasa yang lain, dan pada smartphone galaxy core yang MM gunakan banyak pilihan media untuk berkomunikasi seperti Line, istagram, path dan BBM.
"Banyak manfaat yang saya dapat ketika memilih smartphone sebagai media komunikasi, salah satunya saya bisa merasa lebih dekat dengan orang tua saya yang ada di kota kotamubagu dengan menggunakan video call."
2. Informan ke II inisial AS (mahasiswa komunikasi angkatan 2012).

AS sudah menggunakan smartphone kurang lebih 1 tahun, dengan alasan memakai smartphone sama seperti menggenggam dunia. Berikut hasil tanya jawab dengan saudara AS.

P: apakah anda menggunakan telepon pintar atau smartphone?

AS: iya.

P: sudah berapa lama anda menggunakan smartphone?

AS: kurang lebih 1 tahun

P: apakah anda sering menjadikan smartphone sebagai media untuk berkomunikasi? Jika iya apakah ada manfaat yang anda dapatkan dalam memilih telepon pintar sebagai media komunikasi?

AS: Iya, dan manfaat yang saya dapatkan yaitu saya bisa berkomunikasi jarak jauh bertatap muka secara langsung dengan teman-teman saya yang berada di luar daerah dengan menggunakan video call.

P: selain video call apakah aplikasi lain yang anda pakai untuk berkomunikasi? Kalo ada, aplikasi apa yang gunakan itu?

AS: iya ada, yaitu LINE

P: kenapa memilih Line?

AS: karena pada saat berkomunikasi menggunakan Line, bisa juga ditambah dengan stiker-stiker lucu yang menambah suasana chat lebih asik dan menarik.

P: kenapa anda lebih memilih smartphone sebagai media komunikasi dari pada handphone biasa?

AS: karena smartphone memiliki banyak pilihan untuk berkomunikasi seperti BBM, Line, Path dan video call sedangkan handphone biasa hanya bisa telepon dan sms.

P: dalam berkomunikasi dengan menggunakan smartphone, apakah anda memiliki masalah?

AS: masalahnya telepon pintar atau smartphone ini daya tahan baterainya tidak terlalu lama.

P: apakah anda puas selama menggunakan smartphone sebagai media komunikasi?

AS: iya saya sangat puas

P: terakhir apa merek smartphone yang anda gunakan saat ini?

AS: ASUS ZENPHONE 5

Pembahasan

1) Uses and Gratifications, teori penggunaan dan pemenuhan kebutuhan ini berfokus terhadap audiens member dimana teori ini mencoba menjelaskan bagaimana audience memilih media yang mereka inginkan. Dimana mereka merupakan audience atau khalayak yang secara aktif memilih dan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda dalam mengkonsumsi media.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa sangat aktif memilih smartphone sebagai media untuk berkomunikasi sesuai dengan kebutuhan, dimana dalam hal memanfaatkan kegunaan isi dari media dalam hal ini smartphone sebagai media komunikasi mahasiswa sangat puas. Hal ini sesuai dengan teori uses and gratification, dimana memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratification*) atas kebutuhan seseorang.

2) Teori Determinasi Teknologi Marshall McLuhan

Inti dari teori determinasi teknologi ini adalah penemuan atau perkembangan teknologi komunikasi itulah yang sebenarnya merubah kebudayaan manusia. Dalam teori ini juga dijelaskan bahwa logika merupakan perpanjangan badan manusia, mesin ketik adalah perpanjangan tangan manusia, mobil perpanjangan kaki manusia, radio adalah perpanjangan telinga manusia, media cetak adalah perpanjangan mata manusia, dan teknologi televisi, komputer, serta internet adalah perpanjangan sistem syaraf manusia. Sehingga menurut logika perpanjangan manusia di atas yang berkomunikasi adalah alat-alat komunikasi dan sistemnya itu sendiri.

Pada mahasiswa determinasi teknologi pun sangat cepat hal ini digambarkan oleh para informan bahwa dalam melakukan proses komunikasi smartphone bisa menjadi perpanjangan mulut mahasiswa. Sehingga mahasiswa lebih cenderung memanfaatkan smartphone sebagai media komunikasi dari pada melakukan komunikasi secara langsung tanpa menggunakan media. Hal ini sesuai dengan inti dari teori determinasi teknologi yaitu, penemuan atau perkembangan teknologi komunikasi itulah yang sebenarnya mengubah kebudayaan manusia.

Dari uraian yang ada antara teori uses and gratification dan fakta dilapangan memiliki sebuah keterkaitan. Begitu pula dengan teori penguat yaitu determinasi teknologi menunjukkan adanya sinkronisasi antara teori dan fenomena yang terjadi.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa manfaat pengguna smartphone sebagai media komunikasi oleh mahasiswa jurusan ilmu komunikasi fispol unsrat, sudah cukup memuaskan. Adapun kesimpulan dari peneliti.

- 1) Manfaat penggunaan smartphone sebagai media komunikasi oleh mahasiswa jurusan ilmu komunikasi sudah sangat baik.
- 2) Smartphone atau telepon pintar sudah menjadi media berkomunikasi oleh mahasiswa.

Saran

- 1) Dalam memanfaatkan telepon pintar, ada baiknya agar dimanfaatkan secara tepat. Dalam hal ini baik dari segi efisien, ketepatan dan praktis.
- 2) Dalam hal berkomunikasi ada baiknya jangan selalu bergantung pada smartphone. Ada baiknya melakukan komunikasi secara langsung agar lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendi, Onong, U. 1984, *Televisi Siaran Teori dan Praktek*, Bandung: Alumni.
- Jahi, Amri, 1998, *Komunikasi Mssa dan Pembangunan Pedesaan, Di Negara-negara Dunia ke Tiga, Suatu Pengantar*, Jakarta: Gramedia.
- Kriyantono Rachmat, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- McQuail, Dennis, 1996, *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*, Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, Deddy, 2005, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexi, 2007, *Metodologi penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, Jalaludin, 1986, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Senjaja, S, Djuarsa, dkk, 1998, *Teori Komunikasi*, Jakarta: Universitas Terbuka.

Siahaan, SM, 1990, *Komunikasi Pemahaman dan Penerapannya*, Jakarta: Gunung Mulia.

Wahyuni Isti Nursih, 20014, *Komunikasi massa*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

West Richard, dkk, *Pengantar teori komunikasi analisis dan aplikasi edisi 3*, Jakarta: Salemba Humanika

www.google.com

www.wikipedia.com