

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada abad 21 sekarang ini, tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi menjadi bagian yang penting dan tidak dapat dipisahkan dari masyarakat. Teknologi memiliki daya tarik yang sangat kuat. Terbukanya pasar bebas di Indonesia semakin memperbesar peluang masuk dan beredarnya berbagai teknologi, baik dari aspek merek maupun harga.

Teknologi dalam perkembangannya tidak dibatasi oleh faktor apapun. Status sosial ekonomi, usia, serta tingkat penghasilan yang berbeda-beda bukanlah menjadi hambatan bagi seseorang untuk dapat memiliki dan memanfaatkan teknologi. Tersedia berbagai macam harga, fitur-fitur canggih serta berbagai jenis teknologi yang ditawarkan misalnya televisi, komputer, dan *handphone*.

Salah satu teknologi yang berkembang dengan pesatnya yaitu telepon selular atau lebih dikenal dengan sebutan *handphone*. Berbagai macam merek *handphone* dapat ditemui di masyarakat. Nokia, Sony Ericson, Samsung, BlackBerry, LG hingga merek *handphone* dari Cina: Cross, Nexian, dan Mito dengan harga yang terjangkau, mulai dari Rp 300.000-an hingga jutaan rupiah dapat dijumpai di pasar Indonesia. Harga yang ditawarkan, disesuaikan dengan fitur dan aplikasi yang ada. Semakin mahal harganya, semakin canggih pula aplikasi yang diberikan.

Remaja menjadi salah satu target penjualan yang menguntungkan bagi produsen *handphone* di Indonesia. Oleh karena itu, tidaklah mengherankan bila mendapati remaja membawa dan/atau menggunakan *handphone*. Fenomena seperti ini dengan mudah kita temui di pusat penjualan, sekolah dan fasilitas publik lainnya.

Hasil survey yang dilakukan Nielsen Company Indonesia pada tahun 2011 mengungkapkan bahwa golongan anak muda menempati urutan teratas yang memiliki *handphone*. Jumlah pengguna dari golongan anak muda meningkat hampir 3 kali lipat sejak tahun 2005 hingga tahun 2010. Golongan anak muda (pelajar) berada pada tingkat kedua pengguna *handphone* di Indonesia, bahkan pengguna *handphone* berada pada umur 10-14 tahun semakin banyak dan usia 15-19 tahun menempati posisi teratas di tahun 2010 (<http://www.teknojurnal.com/2011/03/03/perkembangan-pasar-handphone-di-indonesia-dari-tahun-2005-hingga-2010/>). Sumber lain yaitu <http://www.bisnis.com/articles/survey-nielsen-1-dari-5-anak-remaja-terkoneksi-dengan-internet> yang dilakukan AGB Nielsen mengungkapkan satu dari lima orang di Indonesia yang berusia 15 tahun keatas terkoneksi dengan internet. Sumber ini juga menginformasikan tentang pendapat *Managing Director Nielsen Audience Measurement*, Irawati Pratignyo. Ia mengutarakan hasil survei yang digelar di sembilan kota Indonesia menunjukkan pertumbuhan internet dan *mobile phone* naik dua kali lipat dalam 5 tahun terakhir.

"Konsumsi masyarakat melalui handphone pintar akan meningkat pada pertengahan 2012, karena harga handphone pintar semakin murah dan meningkatkan jumlah pengguna internet lewat handphone pintar."

Aplikasi-aplikasi yang ada di *handphone* dapat digunakan untuk melakukan dan menerima panggilan, maupun pengiriman dan penerimaan pesan, *SMS (Short Message Service)*. Pada perkembangan teknologi selanjutnya, beberapa aplikasi jejaring sosial dapat diunduh langsung kedalam *handphone* seperti *Facebook*, *Twitter*, *What's app* dan lain sebagainya. Selain itu terdapat pula aplikasi *handphone* seperti fitur-fitur radio, perangkat lunak pemutar audio *MP3* dan video, kamera digital, permainan, dan layanan internet. Survey awal tentang kegunaan *handphone*

yang dilakukan peneliti pada komunitas remaja Gereja Kemah Tabernakel Gresik menunjukkan bahwa *handphone* digunakan untuk mendengarkan musik, memanfaatkan fitur permainan, browsing. 3

Kemajuan teknologi *handphone* menjadi daya tarik tersendiri pada remaja karena remaja memiliki kekhasan. Salah satu kekhasan remaja ialah kebutuhan remaja untuk diterima oleh teman sebayanya. Hurlock (1999: 214) mengatakan bahwa remaja lebih banyak berada di luar rumah sebagai kelompok. Oleh karena itu dapat dimengerti bila pengaruh teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan dan perilaku lebih besar daripada pengaruh keluarga. Saat remaja berada di luar rumah, remaja banyak berhubungan dengan teman sebayanya dan menggunakan cara-cara supaya keberadaannya diterima oleh teman. *Handphone* menjadi salah satu media yang digunakan remaja untuk menjalin relasi dengan teman sekaligus sebagai media bagi remaja untuk dapat diterima teman. Memiliki dan menggunakan *handphone* membuat remaja merasakan adanya “persamaan” dan secara tidak langsung mempererat interaksi sosial mereka.

Bagi remaja dengan karakteristik perkembangan yang berbeda dari tahap perkembangan anak ataupun dewasa, maka penggunaan teknologi *handphone* juga berkaitan dengan karakteristiknya. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa penggunaan *handphone* pada remaja akan berbeda dari individu dewasa maupun anak.

Remaja pada dasarnya menjalankan dua peran, yaitu sebagai anak dalam keluarga dan sebagai teman/pelajar dalam lingkungan sosial. Dalam kedudukan sebagai anak dalam keluarga maka teman menggantikan posisi orangtua karena teman menjadi lebih penting daripada orangtua. Papalia (2008: 618) mengemukakan bahwa remaja memiliki rasa ingin tahu yang besar, ingin tampil beda-populer. Disaat yang bersamaan, remaja lebih fokus pada teman sebaya dan banyak melibatkan diri dengan kegiatan di

luar rumah (papalia, 2008: 608). Dengan demikian, remaja tidak lagi menjalankan fungsi sebagai anak namun sebagai makhluk sosial.

Bila dikaitkan dengan kehadiran *handphone* maka teknologi *handphone* yang selalu berkembang menjadi sesuatu yang menarik untuk diketahui oleh remaja. Dengan memiliki, memahami dan menggunakan fitur-fitur *handphone* maka remaja bisa tampil sebagai individu yang memiliki kelebihan dibanding teman sebayanya sehingga tidak tertutup kemungkinan bagi remaja tersebut untuk menjadi *role model* bagi remaja lainnya. *Role model* berkaitan dengan kepemilikan *handphone* bisa jadi bila salah satu teman memiliki *handphone* yang lebih canggih dibandingkan teman sebaya yang lain, teman sebaya akan mencontoh dengan mengikuti *handphone*, serta menjadi sumber informasi bagi teman sebaya berkaitan dengan pengetahuan dan keahliannya seputar *handphone*. Penilaian dan penghargaan dari teman sebaya menjadi sesuatu yang sangat berharga bagi remaja karena pada usia ini remaja lebih fokus pada teman sebaya.

Penelitian Chen (2007: 103) dalam disertasi yang berjudul “*The Mobile Phone and Socialization: the consequences of mobile phone use in transitions from family to school life of US College students, New Brunswick*” membuktikan bahwa dalam memanfaatkan *handphone*, remaja lebih mengutamakan teman sebaya. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa peserta memiliki motif kuat untuk lebih banyak berkomunikasi dengan teman menggunakan *handphone* daripada menggunakan *handphone* untuk berkomunikasi dengan keluarga.

Peserta berbicara dengan teman-teman mereka (Rentang = 1 ~ 112 menit) lebih lama dibandingkan dengan keluarga mereka (Rentang = 1 ~ 25 menit). Peserta juga terhubung dengan teman-teman mereka 2x lebih banyak daripada menghubungi anggota keluarga menggunakan handphone. Lebih dari setengah (55,2%) panggilan handphone berlangsung satu menit. 82,6% panggilan handphone

berlangsung tiga menit. 19% panggilan handphone ke teman melebihi tiga menit panjang.

Remaja cenderung memilih teman dengan minat yang sama, dan mendapat manfaat dari hubungan akrab yang berasal dari saling berbagi pengalaman dan perasaan (Brooks, 2011: 572). Penelitian yang dilakukan oleh Cilliers dan Parker (nd: 6) berjudul "*The Social Impact of Mobile Phones On Teenagers*" mendapatkan hasil sebagai berikut:

With regards to mobile phone usage in schools, 91% of the girls and 90% of boys responded by saying that they use their phones for less than one hour.

Dari penelitian ini mendapatkan hasil bahwa anak remaja perempuan dan laki-laki menggunakan *handphone* di sekolah kurang lebih 1 jam. Oleh karena itu tidaklah mengherankan apabila kita menemui sekelompok remaja yang memiliki *handphone* dengan fitur yang sama (misal fitur BBM atau BlackBerry Messenger) menjalin kedekatan dan saling berbagi pengalaman maupun informasi.

Pernyataan Brooks di atas sejalan dengan Santrock (2003: 224) yang menyatakan bahwa pada saat individu beranjak remaja, mereka memperoleh pengetahuan sosial yang lebih banyak dan pengetahuan akan perbedaan variasi antara individu dalam usaha mencari teman, dalam usaha membuat teman sebaya lebih menyukainya. Tuntutan pertemanan ini dapat menstimulasi remaja untuk menjadikan *handphone* dengan segala kemudahannya sebagai gaya hidup dan sumber penerimaan sosial oleh teman sebaya. Latipah (2012: 246) pun menyebutkan bahwa bagi sebagian remaja awal, penerimaan sosial menduduki posisi yang penting bahkan jauh lebih penting dibanding dengan kompetensi akademis. Oleh karena itu

wajar bila pada saat-saat ini sebagian besar orangtua mengikuti tuntutan remaja untuk memiliki *handphone*.

Papachrissi & Rubin dalam Giles (2003: 23) memaparkan lima hal yang berhubungan dengan pemanfaatan media yaitu: interpersonal utilitas (interaksi sosial online), cara memanfaatkan waktu luang, mencari informasi, memperoleh kenyamanan, dan hiburan. Kehadiran *handphone* menjadi salah satu media penghubung remaja untuk dapat berkomunikasi dan bersosialisasi dengan teman sebayanya. Santrock (2003: 315) menegaskan pendapat tokoh diatas bahwa salah satu penggunaan media bagi remaja ialah memberikan remaja perasaan terhubung dengan jaringan dan budaya teman sebaya, yang lebih luas, yang tergabung oleh jenis-jenis nilai dan ketertarikan yang disampaikan media yang berorientasi pada remaja.

Penggunaan media *handphone* bila dikaji dengan teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan atau *Use and gratification* (selanjutnya akan disingkat U&G). Maka dapat dijabarkan U&G ialah pendekatan lain yang mempelajari efek dari media massa, dan berfokus pada bagaimana penerima menggunakan media untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan masing-masing (Larson, 2010: 352).

Penelitian Hildawati (2001: 17) yang melakukan penyebaran angket di SMA Regina Pacis Bogor ("Dampak Penggunaan *Handphone* terhadap Perubahan Pola Komunikasi Masyarakat Jawa Barat") mendapatkan fakta bahwa:

84 orang (87,56%) responden menyatakan kehadiran handphone sangat menguntungkan, karena adanya handphone membantu dan mempermudah dalam komunikasi, dan lagi dengan menggunakan handphone berbagai kepentingan dapat segera dikomunikasikan dengan cepat, tidak memandang waktu dan tempat. Jadi, media handphone

dapat menjadi pemuasan kebutuhan remaja yang berada ditingkat pelajar.

Peneliti pribadi juga melakukan survey awal tentang kegunaan *handphone* pada komunitas remaja Gereja Kemah Tabernakel Gresik. Hasil menunjukkan bahwa 96% remaja (24 orang remaja menggunakan *handphone*. Survey dilakukan pada 25 orang remaja) menggunakan *handphone* untuk berkomunikasi dengan teman-temannya.

Dalam salah satu kegiatan wawancara dengan “D”, pelajar SMA kelas X, pemilik *handphone* merek Samsung i9001 seharga \pm 4 juta rupiah mengatakan

“eh, seperti sekarang sudah marak ya, kayak we chat, line, instagram, facebook, twitter. Tapi aku jauh lebih suka itu, lebih ke sms aja. Dan aku lebih banyak dengan teman, kedua baru dengan Orangtua. Minta informasi seperti pelajaran dan acara sekolah, mungkin besok ada apa? Mungkin tanya keadaan temen.”

Dari wawancara diatas, dapat disimpulkan bahwa “D” memiliki *handphone* dengan berbagai macam aplikasi jejaring sosial, tapi lebih menyukai berkomunikasi menggunakan *SMS*. Komunikasi yang dilakukan “D” lebih banyak bersama teman dibanding orangtua. Kegunaan *handphone* tersebut berkaitan dengan meminta informasi kepada teman.

Dalam teori motivasi sosial, McClelland mengatakan bahwa tingkah laku seseorang timbul karena pengaruh kebutuhan-kebutuhannya. Konsep ini mendukung teori U&G. McClelland menjelaskan dalam Ali (2007: 58), bahwa pemahaman tentang motivasi akan semakin mendalam apabila disadari bahwa setiap orang mempunyai *need of affiliation*. *Need of affiliation* atau kebutuhan berafiliasi adalah kebutuhan yang mengarahkan tingkah laku untuk menjalin hubungan akrab dengan orang lain (Latipah,

2012: 169). Pernyataan ini sejalan karakteristik remaja dimana remaja memiliki kebutuhan untuk membentuk pertemanan dan untuk bersosialisasi, untuk berinteraksi secara dekat dengan orang lain, untuk bekerja sama dan berkomunikasi dengan orang lain dengan cara bersahabat, dan untuk jatuh cinta (Murray dalam Baron & Byrne, 2003: 275). Secara singkat dapat disimpulkan bahwa kebutuhan afiliasi menurut McClelland adalah kebutuhan seseorang untuk disukai dengan menjalin hubungan secara akrab, hangat dan saling mendukung serta memilih mempertahankan persahabatan dalam bekerjasama dan tidak ada persaingan dengan orang lain. Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tiska (2012: 46) dalam jurnal yang berjudul “Hubungan antara Kesepian dan Kebutuhan Afiliasi pada Remaja Akhir yang Senang *Clubbing*” dengan hasil penelitian sebagai berikut:

Ada hubungan positif yang signifikan antar kesepian dengan kebutuhan afiliasi bagi remaja akhir yang senang *clubbing* dengan hasil analisis uji korelasi diperoleh signifikansi sebesar 0.034 ($p < 0.05$). Hal ini berarti bahwa semakin tinggi tingkat kesepian yang dimiliki maka semakin tinggi pula kebutuhan afiliasinya, sebaliknya jika semakin rendah tingkat kesepian yang dimiliki subjek maka semakin rendah pula kebutuhan afiliasinya.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa remaja memiliki kebutuhan berafiliasi yang besar dengan sesama teman sebaya. Berafiliasi dengan teman sebaya dapat dilakukan menggunakan media berkomunikasi *handphone*.

Handphone yang telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari kehidupan remaja belum pernah diteliti secara mendetail, terutama yang berkaitan dengan kegunaan *handphone* dan kebutuhan afiliasi remaja. *Handphone* dan remaja menjadi menarik untuk diteliti karena *handphone*

pada dasarnya dapat digunakan untuk aktivitas-aktivitas yang berbeda. Berdasarkan data diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui hubungan antara kegunaan *handphone* ditinjau dari kebutuhan berafiliasi, dimana karakteristik remaja yang lebih dominan timbul ialah kebutuhan yang mengarahkan tingkah laku untuk menjalin hubungan akrab dengan orang lain/teman sebaya.

1.2. Batasan Masalah

Penelitian ini memfokuskan pada hubungan Kegunaan *Handphone* dan Kebutuhan Afiliasi Remaja. Dengan demikian penelitian ini adalah penelitian korelasional. Subjek pada penelitian ini adalah remaja yang berstatus pelajar berusia 12-20 tahun, yang sekolah dan berdomisili di kota Gresik.

1.3. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latarbelakang yang telah dipaparkan diatas, maka masalah yang ada dirumuskan sebagai berikut: “apakah ada hubungan kegunaan *handphone* dan kebutuhan afiliasi remaja?”

1.4. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara kegunaan *handphone* dengan kebutuhan afiliasi remaja.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat teoritis

Diharapkan penelitian yang berjudul “kegunaan *handphone* dan kebutuhan afiliasi remaja” ini dapat memberikan sumbangan bagi

pengembangan teori psikologi terutama yang berkaitan dengan kebutuhan remaja dan penggunaan media *handphone*.

1.5.2. Manfaat praktis

Bila hasil penelitian menunjukkan ada hubungan antara kegunaan *handphone* dan kebutuhan afiliasi remaja maka diharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak tersebut di bawah ini.

a. Remaja

Remaja dapat mengetahui bahwa kebutuhan diri pribadi berhubungan dengan penggunaan *handphone* sehingga remaja dapat memikirkan sebelum mengambil keputusan membeli *handphone*, disesuaikan dengan kebutuhan.

b. Orangtua

Orangtua dapat mengetahui bahwa saat anak remaja menuntut ingin memiliki atau meminta mengganti *handphone*, orangtua dapat memiliki pertimbangan yang disesuaikan dengan kebutuhan remaja akan pertemanan.

c. Sekolah

Memberi masukan bagi sekolah sehingga dapat memahami bahwa *handphone* dapat digunakan sebagai media informasi dengan remaja/atau siswa yang dapat dikaitkan dengan kegiatan sekolah.