

Penggunaan Blackberry sebagai sarana akses informasi di kalangan Mahasiswa
(Studi Deskriptif mengenai Penggunaan Blackberry sebagai sarana akses informasi di
kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya)

JURNAL



Disusun Oleh :

Wihda Ayu Masyitoh

NIM 070810584

DEPARTEMEN ILMU INFORMASI DAN PERPUSTAKAAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

2013

Penggunaan Blackberry sebagai sarana akses informasi di kalangan Mahasiswa
(Studi Deskriptif mengenai Penggunaan Blackberry sebagai sarana akses informasi di
kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya)

Wihda Ayu Masyitoh

Abstrak

Saat ini handphone merupakan sebuah alat telekomunikasi yang mempunyai dampak dan pengaruh yang lebih besar, terutama dalam segi intensitas penggunaannya. Handphone berbasis Smartphone lebih dominan dikalangan masyarakat saat ini, dikarenakan dari segi fitur yang ditawarkan, dapat memenuhi kebutuhan pengguna dalam setiap kegiatannya. Salah satunya adalah handphone dengan bertuliskan merek “Blackberry”. BlackBerry adalah perangkat selular yang memiliki kemampuan layanan push e-mail, telepon, sms, menjelajah internet, messenger (Blackberry Messenger/BBM), dan berbagai kemampuan nirkabel lainnya.

Dari kemudahan penggunaan dan fitur –fitur yang ditawarkan oleh blackberry dapat memudahkan user terutama bagi para mahasiswa untuk mengakses informasi dan membantu kegiatan sehari-hari untuk searching dan sharing berbagai informasi melalui melalui Blackberry, oleh karena itu peneliti ingin meneliti seberapa jauh penggunaan blackberry sebagai sarana akses informasi dikalangan mahasiswa FISIP Universitas Airlangga.

Penelitian ini akan dikaji dengan 5 komponen dari *Uses and Gratification* yaitu, ***Cognitive needs, Affective needs, Personal integrative needs, Social Integrative needs, dan Escapist needs***. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe deskriptif. Tipe deskriptif dipilih oleh peneliti karena peneliti ingin menggambarkan bagaimana gambaran penggunaan blackberry sebagai sarana akses informasi dikalangan mahasiswa FISIP Universitas Airlangga. Teknik pengambilan sampel yang digunakan peneliti adalah teknik *purposive sampling*.

Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Blackberry merupakan media sarana akses informasi yang cukup membantu para mahasiswa untuk sharing dan searching berbagai informasi dengan berbagai macam aplikasi yang terdapat di dalam fitur Blackberry, dan mayoritas dari rentang usia 17-18 tahun, pada usia tersebut lebih aktif mengakses informasi mulai dari informasi mengenai perkuliahan, sosial politik dan ekonomi, hobi serta entertainment. Maka dapat dilihat bahwa blackberry mampu memberikan kemudahan bagi

mahasiswa untuk terus berselancar di dunia maya demi memenuhi segala kebutuhan informasi yang mereka inginkan

Kata kunci : Blackberry, mahasiswa, Uses and Gratification, ICT

ABSTRACT

Therefore, the current mobile phone is a telecommunications device that has impact and greater influence, especially in terms of intensity of use. Mobile-based Smartphone is dominant among the public at this time, because in terms of features it offered, to meet the needs of users in each activity. One is a mobile phone with a brand that reads "Blackberry". BlackBerry is a mobile device that has the ability to push e-mail, telephone, text messaging, surfing the Internet, messenger (BlackBerry Messenger / BBM), and various other wireless capabilities.

From the ease of use and features offered by BlackBerry to allow a user, especially for students to access information and support day-to-day for the searching and sharing of information through the Blackberry, so researchers wanted to examine how much use the blackberry as a means of access information among students FISIP Airlangga University.

This study will be assessed by the 5 components of Uses and gratification that is, needs Cognitive, Affective needs, Personal integrative needs, Integrative Social needs, and Escapist needs. This study uses a quantitative approach to the descriptive type. Descriptive type chosen by the researcher because the researcher wanted to describe how the image using blackberry as a means of access to information among students FISIP Airlangga University. The sampling technique used was purposive sampling technique researcher.

The results of this study indicate that the Blackberry is a means of media access to information helps the students for sharing and searching of information with a variety of applications contained in the features of the Blackberry, and the majority of the 17-18 year age range, is more active at the age of access to information ranging from information about the lectures, social, political and economic, hobbies and entertainment. It can be seen that the Blackberry be able to provide facilities for students to continue to surf in the virtual world in order to meet all the needs of the information they want

Keywords: Blackberry, students, Uses and gratification, ICT

Pendahuluan

Dewasa ini, di dunia yang serba digital, masyarakat dengan mudah mencari Beragam informasi yang mereka butuhkan, dimulai dari informasi mengenai politik, ekonomi, sosial ataupun Life style. Informasi tersebut dapat di cari ataupun didapatkan melalui media cetak ataupun Non cetak serta media Elektronik. Akan tetapi, sejak adanya ICT dan sebuah jaringan Internet bermunculan dipermukaan masyarakat, maka saat ini masyarakat dapat lebih mudah mendapatkan informasi melalui media elektronik seperti browsing melalui internet.

Oleh karena itu, saat ini handphone merupakan sebuah alat telekomunikasi yang mempunyai dampak dan pengaruh yang lebih besar, terutama dalam segi intensitas penggunaannya. Handphone berbasis Smartphone lebih dominan dikalangan masyarakat saat ini, dikarenakan dari segi fitur yang ditawarkan, dapat memenuhi kebutuhan pengguna dalam setiap kegiatannya. Salah satunya adalah handphone dengan merek yang bertuliskan “*Blackberry*”. BlackBerry adalah perangkat selular yang memiliki kemampuan layanan push e-mail, telepon, sms, menjelajah internet, messenger (Blackberry Messenger/BBM), dan berbagai kemampuan nirkabel lainnya.

BlackBerry pertama kali diperkenalkan pada tahun 1999 oleh perusahaan Kanada, Research In Motion (RIM). Kemampuannya menyampaikan informasi melalui jaringan data nirkabel dari layanan perusahaan telepon genggam. Di Indonesia pada pertengahan Desember 2004 oleh operator Indosat dan perusahaan Starhub. Perusahaan Starhub merupakan pengejawantahan dari RIM yang merupakan rekan utama BlackBerry. Pasar BlackBerry kemudian diramaikan oleh dua operator besar lainnya di tanah air yakni Excelcom dan Telkomsel. Hampir semua penduduk di Indonesia mempunyai dan mempergunakan handphone berbasis Smartphone terutama Blackberry Smartphone.¹

Menurut salah satu survey penelitian mengenai pemakaian produk Blackberry, Jumlah pengguna layanan Blackberry di Indonesia diperkirakan yang terbesar di Asia Tenggara dan nomor empat di dunia. Hal tersebut juga terjadi pada kalangan-kalangan muda, terutama

¹ Rich. 2011. <http://www.berryindo.com/forum/topic/share-sejarah-smartphone-blackberry#.UOr-TIKM-So>

kalangan mahasiswa.² Sedangkan Sebuah stasiun televisi Kanada, CBC News, yang membuat liputan yang mengungkap betapa berjayanya BlackBerry di Indonesia saat ini, hingga Indonesia pun mendapat sebutan “*BlackBerry Nation*”, tak heran BlackBerry masih menguasai 46 persen pasar *smartphone* di Indonesia.³ Hal senada dari Analisis dari CanaIys Research Daryl Chiam menyebut, negara berkembang di Asia memang masih menghasilkan banyak keuntungan untuk RIM. Laman *CrackBerry* mencatat, setidaknya 56 persen pendapatan BlackBerry didapat dari negara berkembang.⁴

Menurut Nielsen mencatat, tiga dari empat konsumen digital Indonesia saat ini telah menggunakan ponsel untuk mengakses internet, dengan 78 persen di antaranya saat ini memiliki perangkat *mobile* yang dapat mengakses internet. Masih tentang hasil riset, situs jejaring sosial Facebook mendominasi kebutuhan online dengan 90 persen profil aktif, diikuti dengan Youtube dengan 23 persen dan Twitter dengan 19 persen. Riset ini dilakukan Nielsen sepanjang tahun ini dengan jumlah sampel 2.400 pengguna internet di 9 kota besar di Indonesia dengan 12 area. Diantaranya yakni, Jakarta, Bandung, Semarang, Surabaya, Yogyakarta, Medan, Palembang, Denpasar dan Bogor.⁵

Sedangkan dalam hal penggunaan internet di sembilan pasar Asia Pasifik, ditemukan bahwa generasi muda di bawah usia 25 tahun mengakses *mobile internet* dua kali lebih banyak dibandingkan usia 25 tahun ke atas. Selandia Baru berada pada tingkat tertinggi, di mana 42% dari populasi penduduknya yang berusia di bawah 25 tahun yang mengakses *mobile internet*.⁶

² Ajah, Hasan. 2011., <http://lifestyle.kompasiana.com/urban/2011/04/11/fenomena-penyebaran-blackberry-di-kalangan-mahasiswa/>

³ Galih, Bayu. 2011, <http://teknologi.vivanews.com/news/read/264334-indonesia--negara-blackberry>

⁴ *ibid*

⁵ Firman, Muhammad. 2011, <http://teknologi.vivanews.com/news/read/264343-netter-indonesia-online-14-jam-seminggu>

⁶ _____. 2008. <http://www.marketing.co.id/blog/2008/11/05/mobile-internet-dan-messaging-di-asia-pasifik-pertumbuhannya-didorong-oleh-generasi-muda/>

Fenomena saat ini, khususnya dikalangan mahasiswa sendiri, Blackberry smartphone telah mempermudah mereka dalam browsing mencari Informasi yang mereka butuhkan ataupun berkomunikasi melalui BBM(Blackberry Messenger), dengan adanya layanan tersebut mereka dapat bertukar informasi ataupun melakukan sharing informasi secara cepat dan mudah, tidak hanya itu saja, Blackberry juga dapat membantu mahasiswa dalam hal melakukan searching informasi melalui via Google, berkirim tugas melalui Email, mendownload beberapa file dalam berbagai bentuk format file dan mendownload buku, music, film serta video. Oleh karena itu, bisa dikatakan bahwa Blackberry memang merupakan handphone smartphone, dimana dari segi penggunaannya hanya dengan satu Handphone, pengguna dapat melakukan kegiatan *Multitasking* ketika menggunakannya.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan diatas, penulis menjadi tertarik untuk meneliti bagaimanakah gambaran akses informasi mahasiswa Fisip Universitas Airlangga Surabaya dengan menggunakan Blackberry sebagai sarana media telekomunikasi mereka . Apakah dengan menggunakan Blackberry akses Informasi para mahasiswa dapat terpenuhi secara tepat.

1.5.2 Teori Uses and Gratification

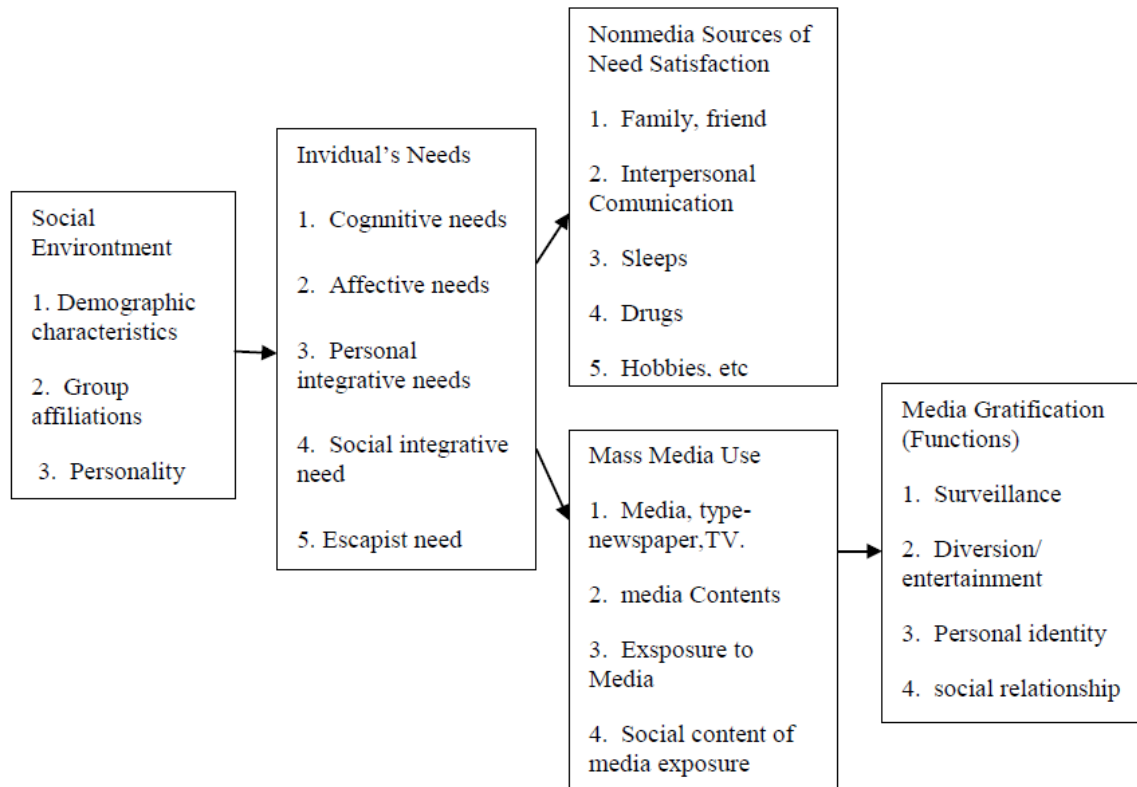
Model ini merupakan pergeseran focus dari tujuan komunikator ke tujuan komunikasi. model ini menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak. Pendekatan uses and gratification untuk pertama kali dijelaskan oleh Elihu Katz dalam effendi (1959)⁷ dalam suatu artikel sebagai reaksinya terhadap pernyataan Bernard Berelson (1959) bahwa penelitian komunikasi tampaknya akan mati. Katz menegaskan bahwa bidang kajian yang sedang sekarat itu adalah studi komunikasi massa sebagai persuasi. Dia menunjukkan bahwa kebanyakan penelitian komunikasi sampai waktu itu diarahkan kepada penyelidikan efek kampanye persuasi pada khalayak. Katz mengatakan bahwa penelitiannya diarahkan kepada jawaban terhadap pernyataan *Apa yang dilakukan media untuk khalayak (What do the media do to people?)* Kebanyakan penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi massa berpengaruh kecil terhadap khalayak yang dipersuasi; oleh karena itu para peneliti berbelok ke variable-variable yang menimbulkan lebih banyak efek, misalnya efek kelompok.

Model uses and gratification menunjukkan bahwa yang menjadi permasalahan utama *bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi bagaimana media*

⁷ Effendi, onong uchjana (1993:289)

memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak. Jadi, bobotnya ialah pada khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

Untuk mendapat kejelasan mengenai model uses and gratification ini dapat dikaji Gambar 7 yang diketengahkan oleh Kats, Gurevitch dan Haas⁸.



Model ini memulai dengan lingkungan sosial (social environment) yang menentukan kebutuhan individu. Lingkungan sosial tersebut meliputi ciri-ciri afiliasi kelompok dan ciri-ciri kepribadian, dalam hal Kebutuhan individu (individual's needs) dikategorisasikan sebagai cognitive needs, affective needs, personal integrative needs, social integrative needs, dan escapist needs. Penjelasannya adalah sebagai berikut :

1. *Cognitive needs* (kebutuhan kognitif)

Kebutuhan ini berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan; juga memuaskan rasa penasaran kita dan dorongan untuk penyelidikan kita.

Sehubungan dengan rasa ingin tahu yang sangat mendalam akan sebuah informasi atau pengetahuan yang baru, sehingga dengan adanya rasa ingin tahu tersebut guna

⁸ ibid

memenuhi kebutuhan akan informasinya. Contohnya, pemenuhan akan sebuah informasi bagi para mahasiswa untuk memperoleh pengetahuan atau informasi terbaru demi kebutuhan mereka.

2. *Affective needs* (kebutuhan afektive)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan, dan emosional. Dengan adanya hubungan antara pengalaman mereka akan sebuah kesenangan atau estetika serta pengalaman emosional individu, maka akan terwujud sebuah pengalaman baru ketika menggunakan sebuah media guna memenuhi kebutuhan. Contohnya pengalaman – Pengalaman yang sebelumnya pernah dimiliki oleh para mahasiswa ketika mereka menggunakan sebuah media untuk melakukan sebuah komunikasi.

3. *Personal integrative needs* (kebutuhan pribadi secara integrative)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri. Kebutuhan ini berhubungan dengan sebuah kepercayaan atau kredibilitas individu akan sebuah status didalam ruang lingkup setiap individu. Contohnya, Kebutuhan para mahasiswa dalam memperkuat kredibilitas dan rasa percaya diri, demi aktualisasi diri terhadap status mereka masing-masing di setiap kelompok individu

4. *Social Integrative needs* (kebutuhan sosial secara integrative)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi. . Kebutuhan ini erat kaitannya berhubungan dengan membangun hubungan komunikasi antara keluarga, teman secara global sehingga memperkuat jaringan komunikasi secara bebas tanpa ada batasan. Contohnya, para mahasiswa dalam membangun dan memperkuat komunikasi mereka dengan keluarga dan teman secara global dan tanpa ada batasan demi terjalinnya sebuah hubungan tali komunikasi secara jauh dan dekat.

5. *Escapist needs* (kebutuhan pelepasan)

Kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman. Hal tersebut bertujuan untuk mengurangi sebuah ketegangan dengan mencari sebuah hiburan demi melepas sebuah kepenatan ataupun kebosanan pada setiap individu. Contohnya, para mahasiswa ketika ingin melepas sebuah ketegangan ataupun kebosanan, pada umumnya pada setiap individu mencari sebuah hiburan bersifat entertainment.

Kemudian setelah melalui kebutuhan individu yang ada, maka pada setiap individu pasti memiliki sebuah keinginan untuk segera memenuhi kebutuhannya, pada proses pemenuhan ini yaitu terdapat :

1. *Non Media Source of Need Satisfaction*, yaitu dengan : Keluarga, komunikasi interpersonal, hobby, dan minum-minuman keras dll.
2. *Mass media Use* yaitu dengan memilih media cetak maupun non cetak seperti koran, radio, tv, film dan konten media sosial.

Dari beragamnya setiap kebutuhan pada setiap individu ketika menggunakan atau memanfaatkan akan sebuah media, maka dapat dilihat bahwa tidak hanya media massa yang dapat memenuhi kebutuhan para individu, kenyataan saat ini bahwa dengan hadirnya Blackberry sebuah alat telekomunikasi berbasis smartphone, dimana terbukti dapat menjadi sebuah sarana akses informasi dan komunikasi bagi masyarakat saat ini khususnya para mahasiswa untuk menjalin sebuah hubungan komunikasi ataupun pencarian informasi secara global, sehingga dengan media blackberry pada dasarnya mampu menjadi sebuah media yang dapat memberikan sebuah kepuasan dalam hal penggunaannya bagi para mahasiswa.

Dalam hal ini menurut McQuail, Blumler, dan Brown⁹ (1972), berdasarkan penelitian mereka di Inggris, menjelaskan beberapa penggunaan media gratification yaitu :

1. *Diversion* (pengalihan) - melarikan diri dari rutinitas, masalah dan pelepasan emosional
2. *Personal Relationship* (Hubungan pribadi) – kegunaan sosial dari informasi dalam percakapan, pengganti media untuk persahabatan
3. *Personal Identify or Individual Psychology* (identitas pribadi atau psikologi individu) - penguatan nilai atau keyakinan, pemahaman diri, eksplorasi realitas, dan sebagainya
4. *Surveillance* (Pengawasan) - informasi mengenai sesuatu hal yang mungkin akan berpengaruh terhadap sesuatu atau akan membantu seseorang melakukan atau mencapai sesuatu

Pada awalnya teori Uses and Gratification digunakan untuk meneliti penggunaan media seperti radio dan televisi sebagai sarana akses informasi. Namun, pada

⁹ Jurnal Uses and gratification Research. Elihu Katz; JayG. Blumer . Oxford University Press . Dapat di Akses melalui www.jstor.com

perkembangannya muncul banyak media lain yang dapat digunakan sebagai sarana akses informasi. Kemunculan media baru seperti Blackberry, merupakan salah satu sarana akses informasi yang dapat menelusur sebuah informasi dengan cepat karena media ini didukung oleh jaringan internet. Sehingga kehadiran Blackberry ini dapat memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi khususnya bagi para mahasiswa.

Dengan demikian apabila teori Uses and Gratification dikaitkan dengan penggunaan Blackberry dikalangan mahasiswa dalam mengakses/ menelusur informasi yaitu:

1. Pada dasarnya penggunaan media yaitu Blackberry digunakan oleh mahasiswa secara sadar untuk mencapai tujuan khusus. Dengan demikian mahasiswa ikut terlibat aktif dalam pemilihan media yang akan digunakan untuk mengakses/menelusur informasi dan menggunakan media blackberry sebagai salah satu sarana akses untuk menelusur informasi.
2. Efek kelompok merupakan juga salah satu faktor yang menyebabkan meledaknya penggunaan media blackberry dikalangan masyarakat terutama mahasiswa. dikarenakan dengan adanya penggunaan media blackberry dilingkungan mereka sendiri, secara otomatis para mahasiswa akan menggunakan media tersebut demi kelancaran komunikasi mereka dengan kelompok mereka masing-masing.\

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe deskriptif. Penelitian deskriptif (*descriptive research*), yang biasa disebut juga penelitian taksonomik (*taksonomic research*), seperti telah disebutkan sebelumnya, dimaksudkan untuk mengeksplorasi dan klarifikasi mengenai sesuatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti (Faisal, 2005:20) ¹⁰.

Penelitian ini tidak hanya bertujuan menggambarkan saja namun juga menggambarkan fakta yang sedalam-dalamnya mengenai gambaran penggunaan BlackBerry sebagai sarana akses informasi pada mahasiswa Fisip Universitas airangga.

¹⁰ Faisal, sanapiah.2005. Format-Format Penelitian. Jakarta: PT. Raja Garfindo Pustaka (Hal : 20)

Disini penulis Akan menggunakan teknik *nonprobability sampling*, menggunakan *purposive sampling (Sampling Pertimbangan)*, Menurut Hasan (2002:68)¹¹ sampel pertimbangan yaitu sampling non random dimana penentuan sampelnya dilakukan atau ditentukan oleh peneliti sendiri atau berdasarkan pertimbangan atau kebijaksanaan yang dianggap ahli dalam hal yang diteliti. Dan menurut ¹²(Bailey dalam Hasan 2002:60) menyatakan bahwa untuk penelitian yang akan menggunakan analisis data statistik, ukuran sampel yang paling minimum adalah 30 sampel.

Dalam hal ini, peneliti akan memberikan batasan kriteria bagi responden yang akan dipilih sebagai sampel penelitian penulis, dimana penulis menentukan setidaknya responden yang dipilih sudah menggunakan Blackberry minimal 3 bulan terakhir dan merupakan Mahasiswa yang masih menempuh pendidikan di FISIP Universitas Airlangga

IV.1 Keterkaitan antara Usia Dan Penggunaan Blackberry sebagai sarana akses Informasi

Seperti telah dipaparkan pada tabel III.4 mengenai rentang usia responden dalam penelitian ini yang menggunakan blackberry untuk sarana akses informasi mereka, dapat diketahui bahwa usia responden dalam penelitian ini cukup beragam. Tidak hanya usia responden saja yang beragam, jenis informasi yang mereka cari pun juga cukup beragam, seperti yang telah dipaparkan pada tabel III.19 – III.22 dimana terdapat 4 jenis informasi yang dicari oleh responden dalam penelitian ini menggunakan blackberry, yaitu informasi terkait kuliah, informasi terkait hiburan (*entertainment*), informasi terkait sosial dan politik, serta informasi terkait hobi mereka. Untuk itu guna mengetahui bagaimana kecenderungan penggunaan blackberry dalam akses informasi yang mereka lakukan, dalam poin – poin berikutnya akan dilakukan penyilangan tabel antara usia dengan jenis – jenis informasi yang dicari oleh pengguna blackberry di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Airlangga.

IV.1.1 Keterkaitan antara Usia dan Penggunaan Blackberry Untuk Akses informasi

Sebagaimana telah dipaparkan diatas bahwa terdapat 4 jenis informasi yang dicari oleh responden menggunakan blackberry dalam penelitian ini, dimana salah satu dari jenis tersebut adalah informasi terkait kuliah. Responden – responden dalam penelitian ini seluruhnya adalah mahasiswa FISIP Universitas Airlangga jadi peneliti berasumsi bahwa

¹¹ Hasan, iqbal (2002:68)

¹² Hasan, Iqbal (2002:60)

penggunaan blackberry dalam akses informasi terkait perkuliahan presentase nya akan sering dilakukan oleh semua responden, berkenaan dengan hal itu, apa yang ada dalam teori *uses and gratification* yang dinyatakan oleh Elihu Katz¹³ dimana disebutkan bahwa dalam kebutuhan individu (*individual's needs*) yang didasari oleh lingkungan sosial mereka terdapat 5 kategori dimana salah satunya adalah kebutuhan kognitif (*Cognitive needs*) yang mana kebutuhan ini merupakan Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan, kebutuhan ini lebih didasarkan pada hasrat untuk memahami dan menguasai lingkungan yang dalam penelitian ini diwujudkan dengan jenis informasi terkait perkuliahan dan sosial politik. Untuk mengetahui lebih jauh bagaimana gambaran mengenai hal itu dalam penelitian ini berikut akan disajikan tabel yang menyilangkan antara usia responden dengan kecenderungan presentase mereka dalam menggunakan blackberry untuk akses jenis informasi terkait kuliah dan sosial politik:

¹³Effendi, onong uchjana (1993:289)

Tabel IV.1

Keterkaitan antara Usia dan Pencarian Informasi mengenai Perkuliahan

USIA	Informasi Perkuliahan					Total
	Tidak Pernah	Jarang	Cukup Sering	Sering	Sering Sekali	
17 Tahun – 18 Tahun	1 16,7%	0 0%	3 50,0%	1 16,7%	1 16,7%	6 100,0%
19 tahun- 20 tahun	0 0%	8 27,6%	13 44,8%	6 20,7%	2 6,9%	29 100,0%
20-23 tahun	4 20,0%	8 40,0%	3 15,0%	3 15,0%	2 10,0%	20 100,0%
Total	5 9,1%	16 29,1%	19 34,5%	10 18,2%	5 9,1%	55 100,0%

Tabel IV.2

Keterkaitan antara Usia dan Pencarian Informasi mengenai Sosial Politik dan Ekonomi

Usia	Informasi Sosial Politik Ekonomi					Total
	Tidak Pernah	Jarang	Cukup Sering	Sering	Sering Sekali	
17 Tahun – 18 Tahun	1 16,7%	0 0,0%	1 16,7%	3 50,0%	1 16,7%	6 100,0%
19 tahun- 20 tahun	2 6,9%	9 31,0%	11 37,9%	5 17,2%	2 6,9%	29 100,0%
20-23 Tahun	1 5,0%	4 20,0%	7 35,0%	6 30,0%	2 10,0%	20 100,0%
Total	4 7,3%	13 23,6%	19 34,5%	14 25,5%	5 9,1%	55 100,0%

Berdasarkan Tabel IV.1 dan IV.2 diatas menunjukkan bahwa semua rentang usia responden melakukan penelusuran informasi mengenai sosial, politik dan ekonomi, dimana pada usia 17-18 tahu lebih sering mengakses informasi dengan prosentase 50,0% dalam kategori sering, sedangkan pada rentang usia 19-20 dengan prosentase 37,9% dalam kategori cukup sering, untuk usia 20-23 tahun dengan prosentase 35,0% dalam kategori cukup sering juga, untuk informasi mengenai perkuliahan, responden dengan rentang umur 17 -18 tahun

dengan prosentase 50,0% dan 19 – 20 tahun dengan prosentase 37,9% akan cenderung lebih sering menggunakan blackberry untuk jenis informasi terkait kuliah akan tetapi tidak begitu halnya dengan responden yang berada pada rentang usia 20 -22 tahun dengan prosentase 35,0%, dimana data diatas menunjukkan bahwa responden dengan rentang umur 20-22 tahun justru jarang menggunakan blackberry mereka untuk mengakses informasi terkait perkuliahan. Hal ini sejalan dengan apa yang di katakan Elihu Katz¹⁴ bahwa dalam menggunakan media informasi seseorang memiliki banyak kategori kebutuhan dan tidak hanya mencari informasi yang berada dalam kategori kebutuhan kognitif saja akan tetapi juga kategori- kategori kebutuhan individu (*individual's needs*) terkait hal lainnya. Data ini juga sesuai dengan McQuail, Blumler, dan Brown¹⁵ (1972), dimana berdasarkan penelitian mereka di Inggris, menjelaskan bahwa salah satu penggunaan media *gratification* adalah untuk *Personal Identify or Individual Psychology* (identitas pribadi atau psikologi individu) - penguatan nilai atau keyakinan, pemahaman diri, eksplorasi realitas, dan sebagainya

¹⁴Effendi, onong uchjana (1993:289)

¹⁵Jurnal Uses and gratification Research. Elihu Katz; JayG. Blumer . Oxford University Press . Dapat di Akses melalui www.jstor.com

Tabel IV.3

Keterkaitan antara Usia dan Pencarian Informasi mengenai *entertainment*

USIA	Informasi Entertainment					Total
	Tidak Pernah	Jarang	Cukup Sering	Sering	Sering Sekali	
17 Tahun – 18 Tahun	0 0,0%	1 16,7%	2 33,3%	2 33,3%	1 16,7%	6 100,0%
19 tahun- 20 tahun	3 10,3%	7 24,1%	8 27,6%	7 24,1%	4 13,8%	29 100,0%
20-23 tahun	0 0,0%	4 20,0%	9 45,0%	5 25,0%	2 10,0%	20 100,0%
Total	3 5,5%	12 21,8%	19 34,5%	14 25,5%	7 12,7%	55 100,0%

Dari tabel IV.2 diatas dapat terlihat bahwa responden dengan rentang usia manapun sering menggunakan blackberry yang mereka miliki untuk mengakses informasi terkait *entertainment*, hal ini sejalan dengan apa yang dikatakan katakana Elihu Kats¹⁶ bahwadalam menggunakan media informasi seseorang memiliki banyak kategori kebutuhan, dimana salah

¹⁶Effendi, onong uchjana (1993:289)

satunya adalah kebutuhan pelepasan(*escapist needs*), yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan blackberry untuk akses informasi terkait hiburan cukup sering dilakukan oleh responden dalam penelitian ini. Untuk mengetahui lebih dalam lagi mengenai kategori – kategori kebutuhan dalam teori *uses and gratification* yang dinyatakan oleh Elihu Katz¹⁷.Data ini juga sesuai dengan McQuail, Blumler, dan Brown¹⁸ (1972), dimana berdasarkan penelitian mereka di Inggris,menjelaskan bahwa salah satu penggunaan media *gratification* adalah untuk *Diversion* (pengalihan) - melarikan diri dari rutinitas, masalah dan pelepasan emosional. Untuk mengetahui lebih dalam lagi mengenai gambaran penggunaan blackberry di mahasiswa FISIP Unair, berikut akan disajikan tabel yang menyilangkan antara usia responden dengan kecenderungan presentase mereka dalam menggunakan blackberry untuk akses jenis informasi terkait hobi.

¹⁷Effendi, onong uchjana (1993:289)

¹⁸Jurnal Uses and gratification Research. Elihu Katz; JayG. Blumer . Oxford University Press . Dapat di Akses melalui www.jstor.com

Tabel IV.4

Keterkaitan Antara Usia dan Pencarian Informasi mengenai Terkait Hobi

USIA	Informasi Hobi (Travelling, Kuliner, Olahraga)					Total
	Tidak Pernah	Jarang	Cukup Sering	Sering	Sering Sekali	
17 – 18 Tahun	0 0,0%	1 16,7%	3 50,0%	2 33,3%	0 0,0%	6 100,0%
19 - 20 tahun	2 6,9%	6 20,7%	8 27,6%	11 37,9%	2 6,9%	29 100,0%
20-22	2 10,0%	3 15,0%	4 20,0%	6 30,0%	5 25,0%	20 100,0%
Total	4 7,3%	10 18,2%	15 27,3%	19 34,5%	7 12,7%	55 100,0%

. Dari tabel IV.3 diatas dapat terlihat bahwa semua rentang usia responden dalam penelitian ini sering menggunakan blackberry yang mereka miliki untuk melakukan akses informasi terkait hobi mereka, hal ini dipresentasikan dengan sebanyak 50% responden yang berada pada rentang umur 17 – 18 tahun cukup sering menggunakan blackberry untuk informasi terkait hobby, dan 37.9% serta 30% responden lainnya yang masing – masing berada pada rentang usia 19 – 20 tahun dan 20 – 22 tahun sering dalam menggunakan

blackberrynya untuk hal tersebut. Data dari tabel silang ini sejalan dengan apa yang ada dalam kategori kebutuhan yang dikatakan oleh Elihu Kats¹⁹ yang mana dalam penggunaan media seseorang terdapat kebutuhan afektif (*affective needs*), yaitu Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan, dan emosional, yang dalam hal ini adalah penggunaan blackbery untuk informasi terkait hobi.

Dari temuan diatas dapat dilihat bahwa mayoritas pada usia 17-18 tahun mempunyai akses informasi yang cukup sering dan sering dari berbagai jenis informasi yang meliputi Inofmrasi mengenai sosial, politik, dan ekonomi dengan prosentase 50%, untuk informasi mengenai entertainment dengan prosentase 33,3% , sedangkan informasi mengenai perkuliahan dengan prosentase 50 % dan untuk mengenai hobi juga dengan prosentase 50% dari hasil tersebut dapat dilihat usia muda dari mahasiswa fisip tergolong dalam usia yang masih aktif dalam pencarian informasi lebih aktif dalam mengeksplorasi balackberry sebagai sarana untuk mengakses informasi yang mereka butuhkan, hal tersebut dikarenakan, pada usia tersebut rata-rata para mahasiswa sudah tidak asing dengan penggunaan gadget seperti blackberry, menurut (Tapscott dalam Sugihartati 2010:56) ²⁰ bahwa generasi ini dilahirkan antara tahun 1977-1997. Generasi ini disebut Net Generation, Gen Y atau Millenials karena mereka tumbuh di tengah perkembangan dan kecanggihan teknologi internet dan Net Generation juga telah tumbuh dalam lingkungan sosial dan kebiasaan sejak awal yang telah akrab dengan internet.

Tentunya hal tersebut didukung dengan penggunaan internet, dimana blackberry dan internet merupakan suatu komponen utama yang saling terintegrasi. Oleh karena itu Internet memang mempunyai pengaruh yang sangat kuat bagi para mahasiswa untuk dapat mengakses berbagai informasi melalui balckberry

¹⁹Effendi, onong uchjana (1993:289)

²⁰(Tapscott dalam Sugihartati 2010:56)

Kesimpulan dan Saran

1. Kesimpulan

Penelitian ini mendeskripsikan mengenai gambaran Penggunaan blackberry di kalangan mahasiswa Fisip Unair berdasarkan 5 komponen Uses and gratification yaitu : Cognitive needs, Affective need, Personal integrative needs, Social Integrative needs dan Escapist needs. Dari komponen tersebut maka dapat diketahui beberapa temuan antara lain meliputi kesimpulan sebagai berikut ini :

1. Kesimpulan Gambaran penggunaan blackberry sebagai sarana akses informasi di kalangan mahasiswa FISIP Unair, yaitu

- A. Penggunaan Blackberry dapat memberikan kemudahan bagi mahasiswa fisip yaitu sebagai sarana akses informasi yang mereka butuhkan secara up to date terutama informasi mengenai berbagai jenis informasi yang dibutuhkan bagi para mahasiswa FISIP Universitas Airlangga
- B. Dari keterkaitan usia dan segi akses informasi yang dicari mengenai perkuliahan, untuk usia 17-18 tahun terdapat dikategori cukup sering mengakses dengan prosentase 50,0% dan usia 19-20 terdapat dikategori cukup sering juga sebesar 44,8%, sedangkan usia 20-23 tahun terdapat dikategori Jarang dengan prosentase sebesar 40,0%,
- C. Dari keterkaitan usia dan segi akses informasi yang dicari mengenai sosial, politik dan ekonomi , untuk usia 17-18 tahun terdapat dikategori sering mengakses dengan prosentase 50,0% dan usia 19-20 terdapat dikategori cukup sering sebesar 37,9%, sedangkan usia 20-23 tahun terdapat dikategori cukup sering juga dengan prosentase sebesar 35,0%,
- D. Dari keterkaitan usia dan segi akses informasi yang dicari mengenai Entertainment, untuk usia 17-18 tahun terdapat dikategori sering mengakses dengan prosentase 33,3% dan usia 19-20 terdapat dikategori cukup sering sebesar 27,6%, sedangkan usia 20-23 tahun terdapat dikategori cukup sering juga dengan prosentase sebesar 45,0%.
- E. Dari keterkaitan usia dan segi akses informasi yang dicari mengenai Hobi, untuk usia 17-18 tahun terdapat dikategori cukup sering mengakses dengan prosentase 50,0% dan usia 19-20 terdapat dikategori sering sebesar 37,9%, sedangkan usia 20-23 tahun terdapat dikategori sering dengan prosentase sebesar 30,0%.
- F. Dalam pencarian informasi yang dibutuhkan oleh para mahasiswa, ditemukan bahwa usia 17-18 tahun lebih aktif mengakses berbagai informasi mengenai perkuliahan,

sosial politik dan ekonomi, entertainment serta hobi, sedangkan dengan usia 19-20 tahun dan usia 20-22 tahun yang lebih lebih jarang menggunakan blackberry untuk mengakses informasi yang mereka butuhkan.

2. Saran

Berdasarkan temuan – temuan dari hasil penelitian, berikut beberapa saran yang akan dikemukakan oleh peneliti, antara lain sebagai berikut:

1. Blackberry merupakan sebuah alat telekomunikasi dimana hampir semua mahasiswa menggunakan media tersebut, setidaknya mahasiswa fisip dapat memanfaatkannya sebagai media sharing informasi secara lebih aktif dan
2. Dengan adanya Blackberry dimana hampir semua mahasiswa Fisip menggunakan media tersebut, setidaknya terdapat adanya suatu komunitas penggunaan blackberry di wilayah fakultas FISIP, agar dapat melakukan interaksi dan komunikasi secara global dan juga dapat menambah hubungan pertemanan dan menambah berbagai informasi yang didapatkan dari komunitas tersebut.
3. Penggunaan Blackberry dikalangan mahasiswa FISIP begitu besar, setidaknya ada sebuah kontribusi dari fakultas FISIP untuk menyediakan layanan aplikasi yang terkoneksi dengan Blackberry, sehingga informasi mengenai Fakultas FISIP dapat langsung diketahui oleh para mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajah, Hasan. 2011. Fenomena Penyebaran Blackberry di Kalangan Mahasiswa. Tersedia di <http://lifestyle.kompasiana.com/urban/2011/04/11/fenomena-penyebaran-blackberry-di-kalangan-mahasiswa/> diakses pada tanggal 13 Januari 2012
- Bungin, Burhan. 2001. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Bungin, Burhan .2005. *Penelitian Kuantitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu –Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana
- Effendi, Onong Uchjana.1993. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*.Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Elihu, Katz. Jurnal Uses and gratification Research Oxford University Press . tersedia di www.jstor.com diakses pada tanggal 20 Februari 2012
- Faisal, Sanapiah. 2005. *Format-Format Penelitian*. Jakarta: PT. Raja Garfindo Pustaka.
- Firman, Muhammad. 2011. Usia Dominan Pengguna Internet di Indonesia. tersedia di <http://teknologi.vivanews.com/news/read/227075-usia-dominan-pengguna-internet-di-indonesia> diakses pada tanggal 13 januari 2012
- Firman, Muhammad. 2011. Netter Indonesia Online 14 Jam Seminggu. tersedia di di <http://teknologi.vivanews.com/news/read/264343-netter-indonesia-online-14-jam-seminggu> diakses pada tanggal 13 Januari 2012
- Galih, Bayu. 2011. Indonesia, Negara BlackBerry. tersedia di <http://teknologi.vivanews.com/news/read/264334-indonesia--negara-blackberry>

Hasan, Iqbal.2002. Pokok-Pokok Materi : Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Hjorland, Birger. 2007. *Information needs*. tersedia di http://www.iva.dk/bh/core%20concept%20in%20lis/articles%20az/information_needs.html. Diakses tanggal 20 Desember 2011.

Ishak. 2006. Kebutuhan informasi mahasiswa program pendidikan dokter spesialis (PPDS) FK-UI dalam memenuhi tugas Jurnal reading. *Pustaka*. Vol. 2, no. 2, Desember 90-101.

Miller, Katherine. 2002. *Communication Theories: Perspective, Process, and Context*. Boston: McGraw Hill.

Raikko, Kimi.2011. Perempuan Lebih Dominan di Internet? Tersedia di <http://nasional.kompas.com/read/2011/01/23/12503713/Perempuan.Lebih.Dominan.di.Internet> diakses pada tanggal 15 Januari 2012

Rich. 2011. Sejarah Smartphone Blackberry, Tersedia di <http://www.berryindo.com/forum/topic/share-sejarah-smartphone-blackberry#.UOr-TlKM-So> diakses pada tanggal 15 Januari 2012

Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian : Public Relation & Komunikasi*. ed 1 - cet.1. Jakarta : PT. Raja Grafindo Pesada.

Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Setiawan, Iwan.2012., Antara Blackberry, Android, dan iPhone (iOS). Tersedia di <http://teknologi.kompasiana.com/gadget/2012/03/12/antara-blackberry-android-dan-iphone-ios-446304.html> diakses pada tanggal 28 Januari 2013

Sugihartati, Rahma. 2010. Masyarakat & perpustakaan: di era Revolusi Informasi. Surabaya:

Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Fakultas ilmu sosial dan Ilmu Politik

Universitas Airlangga

Suliyanto.2005. Analisa Data: Dalam Aplikasi *Pemasaran*. Ghalia Indonesia: Bogor

_____. 2008. Mobile Internet dan Messaging di Asia Pasifik-pertumbuhannya di dorong oleh generasi muda. Tersedia di <http://www.marketing.co.id/blog/2008/11/05/mobile-internet-dan-messaging-di-asia-pasifik-pertumbuhannya-didorong-oleh-generasi-muda/> diakses pada tanggal 15 Januari 2012

_____.2011. Teori Motivasi Abraham Maslow. diakses pada tanggal 20 Desember 2011 tersedia di <http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2009/11/teori-motivasi-abraham-maslow-2/>