

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Ilmu Komunikasi

Yusuf (2021 : 6) secara etimologi, kata “komunikasi” berasal dari Bahasa Inggris communication. Biasanya kata “komunikasi” diartikan dan dikenal dengan “komunikasi” begitu saja, dan orang-orang sudah mampu mendeskripsikannya, meskipun tidak semuanya tepat. Kata komunikasi berasal dari bahasa latin communicatio dan bersumber dari kata communis yang berarti “sama”. Maksud dari kata “sama” itu adalah sama dalam makna. Ada yang menyebut komunikasi dari akar kata communico yang berarti berbagi. Tegasnya, peristiwa komunikasi antara seseorang dengan orang lain dapat dipastikan terjadi dengan menggunakan bahasa yang “sama”, dan menyepakati makna yang “sama” meskipun bisa jadi keduanya dari latar belakang sosial dan budaya yang berbeda.

Secara terminologi, dalam catatan Frank E.X. Dance, ada lebih dari seratus dua puluh enam (126) definisi “komunikasi”. Di antara yang paling sering dikutip adalah pendapat Carl I. Hovland. Dia menyatakan *Communication is the process to modify the behavior of other individuals*. Definisi ini cenderung tidak berimbang, karena menempatkan satu pihak pada posisi aktif, sementara pihak lain sebagai objek yang pasif.

Di samping itu, pesan yang disampaikan cenderung membuat pihak kedua harus menafsirkan seperti kemauan pihak pertama. Definisi lain yang dikemukakan oleh Stewart L. Tubbs dan Silvia Moss adalah “proses penciptaan makna antara dua orang atau lebih”. Definisi ini dipandang lebih berimbang dan kedua pelaku komunikasi adalah aktif. Pesan yang disampaikan juga boleh ditafsirkan sesuai apa yang diterima oleh pihak kedua. Oleh sebab itu dalam komunikasi ada proses menciptakan makna oleh peserta

komunikasi sampai ada makna yang telah atau akan disepakati dan pahami oleh kedua pihak. Definisi paling mudah barang kali dikemukakan Onong Uchyana Effendi, yaitu: “Penyampaian pikiran oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan)”.

Purba et al. (2021 : 26) memberikan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan beberapa pendapat para ahli antara lain:

- a. Theodore M.Newcomb, “Komunikasi merupakan setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima.”
- b. Carl.I.Hovland, “Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang- lambang verbal untuk mengubah perilaku orang lain (komunikate).”
- c. Gerald R.Miller, “Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan suatu penerima dengan niat yang disadari untuk memengaruhi perilaku penerima.”
- d. Everett M.Rogers, “Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka.”
- e. Raymond S.Ross, “Komunikasi (internasional) adalah suatu proses menyortir, memilih dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator.”
- f. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante, “Komunikasi adalah transmisi informasi dengan tujuan memengaruhi khalayak”

g. Harold Laswell, “(cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) Who says what and with channel to whom with what effect? atau siapa yang mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana.

2.1.1 Sejarah Komunikasi

Menurut Yusuf (2021 : 15) sejarah komunikasi sama tuanya dengan sejarah kehidupan manusia. Semenjak Nabi Adam A.s diciptakan dan tinggal di surga, terjadi dialog antara Nabi Adam dengan Iblis yang salah satunya diabadikan di dalam kitab suci al Quran tidak hanya dalam satu surat saja. Tercatat bukan hanya surat al Baqarah yang terkenal karena sering dikutip, ada Surat al A'raf, al Isra' dan al Shaffat juga mengabadikan. Bahkan wahyu pertama kepada Baginda Nabi Muhammad Saw adalah perintah untuk berkomunikasi, yaitu 'iqra' yang berarti bacalah.

Paragraf pembuka tadi adalah pengantar berdasarkan informasi ketuhanan atau biasa disebut dengan normatif. Kita beralih kepada perspektif ilmiah berdasarkan pada fakta ilmiah yang sudah ditemukan. Bila mengacu kepada Everett M. Roger (1981) di dalam bukunya *Communication Technology The New Media In Society*, ada empat era bagaimana manusia berkomunikasi. Antara lain, era tulisan (writing), cetak (printing), telekomunikasi (telecommunication) dan era komunikasi interaktif (interactive communication). Pembagian Roger tadi mengacu kepada dinamika komunikasi berdasarkan penemuan penemuan alat oleh manusia.

Melvin DeFluer dan Sandra J. Ball-Rokeach (1989) dalam bukunya *Theoris of Mass Communication*, meski penjelasan ini juga lebih dekat pada Komunikasi

Massa (lebih lanjut akan dibahas pada Bab 3), namun lebih dapat mendeskripsikan asal asul komunikasi lebih utuh. Menurutnya era manusia komunikasi dibagi menjadi lima (5) zaman. Pertama, zaman tanda dan isyarat sebagai alat komunikasi (the age of sign and signals). Gerak dan isyarat menjadi contoh berkomunikasi nenek-moyang manusia di zaman purba dan hingga sekarang masih digunakan. Lazimnya komunikasi ini dikenal dengan komunikasi non-verbal. (lebih lanjut dibahas pada bab 6) Kedua, zaman percakapan lisan dan bahasa sebagai alat komunikasi (the age of speech and language). Zaman ini diperkirakan terjadi pada 300.000 tahun sampai 200.000 tahun sebelum Masehi (SM).

Era ini menegaskan bahwa manusia sudah berkomunikasi menggunakan bahasa, meski masih terbata-bata. Selanjutnya kemampuan manusia berbahasa dengan sistem bahasa yang baik baru terjadi pada 90.000 tahun sampai 40.000 tahun SM. Pada akhirnya kira kira 35.000 tahun SM manusia baru dapat berbahasa secara lengkap. *Ketiga*, zaman tulisan sebagai alat komunikasi (*the age of writing*). *Keempat*, zaman media cetak sebagai alat komunikasi (*the age of print age*). *Kelima*, zaman media massa sebagai alat komunikasi. Pembagian ini juga ada kekurangannya dibanding pembagian Roger yang justru telah menyinggung era komunikasi dengan media baru atau media interaktif. Komunikasi interaktif saat ini mungkin lebih sering digunakan dibanding moda komunikasi lain. Abrar (2003) menandai komunikasi interaktif dengan beberapa hal, antara lain : Pertama, peserta komunikasi bisa berinteraksi dengan leluasa. Tidak seperti komunikasi massa, di mana audiens hanya pasif. Kedua, umpan balik dapat segera dilakukan. Hal ini juga tidak dapat terjadi pada komunikasi massa,

kecuali memanfaatkan moda komunikasi lain (komunikasi medio). Ketiga, komunikasi dapat dilakukan dengan verbal, gambar. Bahkan saat ini beragam media bentukan *smartphone* seperti whatsapp dapat dilakukan dengan video. Keempat, menggunakan media interaktif.

Menurut Weiner (1996) media interaktif adalah media yang dapat digunakan untuk saling bertukar informasi, hiburan, pendidikan, yang menggunakan komputer, terminal video text, telepon dan layar televisi. Jelas bahwa *smartphone* dan *smart television* masuk dalam definisi ini, namun tidak untuk media massa pada umumnya.

Beralih kepada sejarah ilmu komunikasi. Pada tahun 1457 jurnalisme sudah berkembang di AS. Di AS tahun 1903 Joseph Pulitzer mendirikan sekolah jurnalisme, bernama *School of Journalism*. *Journalism* berkembang dan menjadi *mass communication*. Setelah moda komunikasi massa dikenal, kajian komunikasi berkembang menjadi komunikasi antarpersonal dan komunikasi kelompok.

Pada awalnya *Communication Science* atau Ilmu Komunikasi, dikenal istilah *Communicology*. Sebutan itu disematkan untuk ilmu yang mempelajari gejala sosial akibat proses komunikasi massa. Baru di tahun 1940an mulai dikenal istilah ilmu komunikasi melalui C.I. Hovland. Di Indonesia, Pada tahun 1948 dikenal Ilmu Penerangan di Universitas Gadjah Mada. Tahun 1950an dikenalkan ilmu Publisistik di Akademi Dinas Luar Negeri oleh Drs. Marbangun Hardjowirogo. Jurusan Ilmu Publisistik Universitas Gadjah Mada, UI, Unpad (Cangara, 2007). Hampir semua perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta

memiliki fakultas/jurusan dan atau departemen/program studi komunikasi. Termasuk di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKIN).

PTKIN/S pada tingkat Universitas, ada jurusan/ program studi ilmu komunikasi yang berada di bawah fakultas yang berbeda-beda. Ada yang berada di bawah Fakultas Dakwah dan Komunikasi atau di bawah Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Di Fakultas Dakwah sendiri terdapat jurusan atau prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang juga masih satu rumpun dengan prodi Ilmu komunikasi. Di samping itu, beberapa dosen di jurusan/departemen/ prodi ilmu komunikasi juga mendirikan asosiasi. Di Perguruan Tinggi Umum, baik negeri maupun swasta ada Asosiasi Prodi Ilmu Komunikasi (ASPIKOM). Sementara untuk prodi Ilmu Komunikasi yang berada di bawah PTKIN mempunyai asosiasi ASIKOPTI. Untuk prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam juga mempunyai Asosiasi Komunikasi dan Penyiaran Islam (ASKOPIS).

2.1.2 Ruang Lingkup Komunikasi

Ruang lingkup “komunikasi” sebagai studi atau ilmu, sebagai keterampilan praktis dan bahkan sebagai seni adalah komunikasi insani (human communication) atau komunikasi antarmanusia, bukan komunikasi antara manusia dengan hewan, ataupun komunikasi antarhewan.

Onong Uchyana Effendi dalam (Yusuf, 2021 : 11) membagi lingkup komunikasi manusia ke dalam tujuh lingkup, antara lain :

Pertama, bidang komunikasi. Bidang komunikasi antara lain :

- a. Komunikasi sosial (*social communication*)

- b. Komunikasi organisasi/manajemen (*organizational management communication*)
- c. Komunikasi bisnis (*business communication*)
- d. Komunikasi politik (*political communication*)
- e. Komunikasi internasional (*international communication*)
- f. Komunikasi antarbudaya (*intercultural communication*)
- g. Komunikasi pembangunan (*development communication*)
- h. Komunikasi tradisional (*traditional communication*)

2.1.3 Bentuk-bentuk Komunikasi

Susanto dalam Purba et al. (2021 : 4) menyatakan bahwa ada lima konteks komunikasi, yaitu: komunikasi intrapersonal (*intrapersonal communication*), komunikasi interpersonal (*interpersonal communication*), komunikasi kelompok (*group communication*), komunikasi organisasi (*organizational communication*) dan komunikasi massa (*mass communication*).

1. Komunikasi interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan proses komunikasi yang terjadi dalam diri seseorang. Komunikasi ini umumnya membahas proses pemahaman, ingatan dan interpretasi terhadap simbol yang ditangkap melalui panca indera. Lebih jelasnya dapat dikatakan bahwa komunikasi ini merupakan komunikasi yang terjadi terhadap diri sendiri, yang dilakukan dengan sengaja atau tidak sengaja. Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi merupakan proses di mana orang menciptakan dan mengelola hubungan mereka, melaksanakan tanggungjawab secara timbal balik dalam menciptakan makna. Lebih lanjut

komunikasi antarpribadi merupakan rangkaian sistematis perilaku yang bertujuan yang terjadi dari waktu ke waktu dan berulang kali.⁸ Komunikasi perorangan yang dalam hal ini bersifat pribadi, baik secara langsung tanpa medium, atau pun langsung melalui medium. Contoh percakapan tatap muka (face to face communication), percakapan melalui telepon, surat menyurat pribadi.

Komunikasi ini banyak membahas tentang bagaimana suatu hubungan dimulai, dipertahankan atau mengalami kemunduran. Sub pembahasan dalam komunikasi interpersonal, antara lain, keluarga, pertemanan, pernikahan, hubungan kerja dan berbagai relasi lainnya.

Karakteristik dalam komunikasi antarpribadi yaitu: melibatkan paling sedikit dua orang, adanya umpan balik atau feedback, tidak harus tatap muka, tidak harus bertujuan, menghasilkan beberapa pengaruh atau effect. Tidak harus melibatkan atau menggunakan kata-kata, dipengaruhi oleh konteks.

2. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok menitikberatkan pembahasan pada interaksi di antara orang-orang dalam kelompok kecil, yang terdiri dari beberapa orang yang bekerja untuk mencapai tujuan bersama. Ada perbedaan pendapat tentang jumlah orang dalam kelompok kecil, misalnya ada yang berpendapat maksimal lima sampai tujuh orang, tetapi semuanya sepakat bahwa kelompok kecil harus terdiri dari minimal tiga orang. Komunikasi kelompok berkisar kepada dinamika kelompok, efisiensi dan efektivitas penyampaian informasi dalam kelompok, pola atau bentuk interaksi, serta pembuatan keputusan dalam kelompok dikenal juga

kohesif yaitu sebuah rasa kebersamaan dalam kelompok sinergi sebagai proses dari berbagai sudut pandang untuk mengatasi berbagai permasalahan.

3. Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi organisasi melibatkan komunikasi formal, informal, komunikasi interpersonal maupun komunikasi kelompok. Pembahasan dititik beratkan kepada struktur dan fungsi organisasi, hubungan antar manusia, komunikasi dan proses pengorganisasian serta budaya organisasi.

Ada tiga fungsi umum komunikasi organisasi, yaitu produksi dan pengaturan, pembaharuan (innovation), dan sosialisasi dan pemeliharaan (socialization and maintenance). Dari fungsi tersebut pada dasarnya komunikasi memiliki eksistensi yang kuat terhadap dinamika organisasi. Dengan kata lain, komunikasi merupakan faktor yang berperan dalam perkembangan atau kemunduran organisasi.

4. Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan proses penciptaan makna yang sama di antara media massa dan para komunikannya. Proses komunikasi massa melibatkan aspek komunikasi intrapersonal, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok dan komunikasi organisasi. Teori komunikasi massa umumnya memfokuskan pada struktur media, hubungan media dan masyarakat, hubungan antara media dan khalayak, aspek budaya dari komunikasi massa serta dampak hasil komunikasi massa terhadap individu.

Menurut Severin & Tankard dalam Purba et al. (2021 : 6) bahwa tujuan dari teori komunikasi massa yang lebih spesifik ialah:

a. Untuk menjelaskan pengaruh-pengaruh komunikasi massa.

Pengaruh ini mungkin yang kita harapkan seperti pemberitaan kepada masyarakat selama pemilihan, atau yang tidak diharapkan, seperti menyebabkan peningkatan kekerasan dalam masyarakat.

b. Untuk menjelaskan manfaat komunikasi massa yang digunakan masyarakat.

Dalam beberapa hal, melihat manfaat komunikasi massa oleh masyarakat menjadi lebih bermakna daripada melihat pengaruhnya. Pendekatan ini mengakui adanya peranan yang lebih aktif pada audiens komunikasi. Setidaknya ada dua faktor yang digabung untuk memberi tekanan yang lebih besar pada aktivitas audiens dan penggunaan komunikasi massa dari pada pengaruhnya. Salah satu faktornya adalah bidang psikologi kognitif dan pemrosesan informasi. Faktor lain adalah perubahan teknologi komunikasi yang bergerak menuju teknologi yang semakin tidak tersentralisasi, pilihan pengguna yang lebih banyak, diversitas isi yang lebih besar, dan keterlibatan yang lebih aktif dengan isi komunikasi oleh pengguna individual.

c. Untuk menjelaskan pembelajaran dari media massa.

d. Untuk menjelaskan peran media massa dalam pembentukan pandangan-pandangan dan nilai-nilai masyarakat.

Para politisi dan tokoh masyarakat sering memahami pentingnya peran komunikasi massa dalam pembentukan nilai-nilai dan pandangan dunia. Kadang-kadang mereka mungkin membesar-besarkan suatu masalah dan ikut mengkritik

acara- acara atau film yang didasarkan hanya pada spekulasi. Namun, naluri dasar mereka bahwa isi media massa memengaruhi nilai-nilai masyarakat mempunyai kebenaran.

2.1.4 Jenis-Jenis Komunikasi

Menurut Mukarom (2020 : 16) secara umum, jenis komunikasi di bagi ke dalam 2, yaitu komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.

a. Komunikasi Verbal

Verbal communication merupakan salah satu bentuk komunikasi yang disampaikan kepada pihak lain melalui tulisan atau lisan. Seperti contoh berbicara dengan orang lain, menelepon kawan, presentasi makalah, membacakan puisi, membaca surat kabar, mendengarkan radio dan menonton televisi. Komunikasi verbal walaupun lebih kecil persentase keberhasilannya -bahkan menurut Ross hanya 35 persen- dibanding komunikasi nonverbal, tetaplah dibutuhkan karena ada beberapa situasi yang tidak bisa disampaikan komunikasi kita secara nonverbal. Melalui komunikasi ini diharapkan orang akan memahami apa yang disampaikan komunikator secara apa adanya. Komunikan diharapkan membaca atau mendengar apa yang dikatakan.

b. Komunikasi Non Verbal

Bentuk komunikasi nonverbal adalah bentuk komunikasi yang memiliki sifat kurang terstruktur sehingga sulit untuk dipelajari. Apalagi perbedaan daerah, pendidikan, ruang lingkup sosial akan mempunyai latar belakang yang berbeda, bisa

menyebabkan penafsiran atas sesuatu yang tidak sama pula sehingga pemahaman akan komunikasi nonverbal tetaplah merupakan suatu kondisi yang harus dipelajari. Pentingnya komunikasi nonverbal antara lain :

1. Penyampaian pesan yang didasarkan akan perasaan dan emosi akan sangat kelihatan alami
 2. Dengan memperhatikan isyarat nonverbal seseorang dapat mendeteksi atau menegaskan kejujuran pembicara
 3. Bersifat efisien
- Macam Komunikasi nonverbal :

- * Isyarat
- * Simbol
- * Warna
- * Gesture
- * Mimik muka
- * Intonasi suara, dan sebagainya.

2.1.5 Unsur-Unsur Komunikasi

Purba et al. (2021 : 8) menyatakan unsur-unsur komunikasi yang menjadi faktor-faktor kunci, yaitu :

1. Sender atau disebut komunikator adalah unsur yang menyampaikan pesan kepada sesemangia atau sejumlah manusia.
2. Encoding atau disebut dengan penyandian adalah sebuah proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambing

3. Message atau disebut pesan adalah seperangkat lambang yang mempunyai makna yang disampaikan oleh komunikator.
4. Media adalah sebuah saluran komunikasi tempat berjalannya pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. Decoding adalah proses saat komunikator menyampaikan makna pada lambang yang ditetapkan komunikan.
6. Receiver ialah komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. Response merupakan sebuah tanggapan atau reaksi dari komunikan setelah menerima pesan.
8. Feedback merupakan sebuah umpan balik yang diterima komunikator dari komunikan.
9. Noise adalah gangguan yang tidak direncanakan namun terjadi selama proses komunikasi dan menyebabkan komunikan menerima pesan yang berbeda dari komunikator.

2.1.6 Hakekat Komunikasi

Menurut Budi (2010 : 10), komunikasi merupakan suatu konsep yang multi-makna. Makna komunikasi dapat dibedakan berdasarkan :

Komunikasi sebagai proses sosial Komunikasi pada makna ini ada dalam konteks ilmu sosial. Dimana para ahli ilmu sosial melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang secara umum menfokuskan pada kegiatan manusia dan kaitan pesan dengan perilaku.

Harold D. Lasswell meneliti masalah identifikasi simbol dan image yang bertolak belakang dengan realitas/efek pada opini publik. Berkaitan dengan efek-efek teknik propaganda pada perang dunia 1 (1927). Beliau seorang ahli politik, meneliti dengan cara menyebarkan leaflet mengenai perang.

Kurt Lewin meneliti fungsi-fungsi komunikasi pada kelompok sosial informal. Lewin meneliti tipe-tipe *gatekeeper* yang dilakukan oleh pemimpin-pemimpin autokratik, demokratik. Lewin juga meneliti individu-individu yang ada pada kelompok-kelompok penekan dan individu-individu yang berada pada kelompok (members group). Seorang ahli psikologi. Carl Hovland meneliti kredibilitas sumber (komunikator) hubungannya dengan efek persuasi (perubahan sikap).

Hovland adalah peneliti yang memperkenalkan penelitian-penelitian eksperimental dalam komunikasi massa. Seorang ahli sosiologi, meneliti melalui pemutaran film berbeda kepada 2 kelompok berbeda, dan melihat efek dari film tersebut terhadap individu. Kredibilitas terdiri dari : *Expert* (ahli dalam bidang tersebut), *Competency* (memiliki kompetensi), *Skill* (harus memiliki kemampuan dalam bidangnya), *Trust* (harus bisa di percaya).

Paul F.Lazarsfeld mengungkapkan hubungan antara status sosial, ekonomi, *mass media exposure* dan pengaruh interpersonal atau efek pengetahuan, sikap dan perubahan perilaku. Teknik-teknik analisis yang digunakan oleh para peneliti tersebut memberikan contoh bagaimana menjelaskan sistem komunikasi dalam konteks proses sosial.

Komunikasi sebagai Peristiwa Dalam hal ini komunikasi mempunyai pengertian, bahwa komunikasi merupakan gejala yang dipahami dari sudut bagaimana bentuk dan sifat terjadinya. Peristiwa komunikasi dapat diklasifikasikan berdasarkan kriteria tertentu. Ada yang membedakan komunikasi massa dengan komunikasi tatap muka, komunikasi verbal dan non verbal, komunikasi yang menggunakan media dan tanpa media.

Komunikasi sebagai Ilmu Struktur ilmu pengetahuan meliputi aspek aksiologi, epistemologi dan ontologi. Aksiologi mempertanyakan dimensi utilitas (faedah, peranan dan kegunaan). Epistemologi menjelaskan norma-norma yang dipergunakan ilmu pengetahuan untuk membenarkan dirinya sendiri. Sedangkan ontologi mengenai struktur material dari ilmu pengetahuan.

Komunikasi sebagai kiat atau keterampilan Komunikasi dipandang sebagai skill yang oleh individu dipergunakan untuk melakukan profesi komunikasi. Perkembangan dunia komunikasi di Indonesia pada masa yang akan datang menunjukkan prospek yang semakin cerah. Dengan demikian, masalah-masalah yang berhubungan dengan profesi komunikasi tetap menjadi agenda.

2.1.7 Hambatan-Hambatan dalam Proses Komunikasi

Mukarom (2020 : 18) dalam pelaksanaan berkomunikasi baik verbal maupun nonverbal seringkali tidak semua pesan dapat diterima dan dimengerti dengan baik. Hal ini disebabkan oleh adanya faktor penghambat komunikasi antara pengirim dan penerima pesan. Beberapa faktor penghambat dalam proses komunikasi adalah :

1. Masalah dalam mengembangkan pesan dikarenakan munculnya keragu-raguan tentang isi pesan, kurang terbiasa dengan situasi yang ada atau dengan orang yang akan menerima. Disamping itu, dimungkin juga adanya pertentangan emosi, atau kesulitan dalam mengekspresikan ide atau gagasan.

2. Masalah media sebagai alat dalam proses penyampaian pesan.

3. Masalah dalam menerima pesan dapat terdeteksi seperti persaingan antara penglihatan dengan pendengaran/suara, suasana yang tidak nyaman, lampu yang mengganggu, konsentrasi yang tidak terpusat.

4. Masalah dalam menafsirkan pesan dipengaruhi oleh perbedaan latar belakang, penafsiran makna, perbedaan reaksi emosional dan lain sebagainya.

2.1.8 Fungsi dan Prinsip Komunikasi

Menurut Budi (2010 : 8) menyatakan bahwa secara umum fungsi komunikasi adalah sebagai berikut.

1. Dapat menyampaikan pikiran atau perasaan
2. Tidak terasing atau terisolasi dari lingkungan
3. Dapat mengajarkan atau memberitahukan sesuatu
4. Dapat mengetahui atau mempelajari dari peristiwa di lingkungan
5. Dapat mengenal diri sendiri
6. Dapat memperoleh hiburan atau menghibur orang lain.
7. Dapat mengurangi atau menghilangkan perasaan tegang
8. Dapat mengisi waktu luang
9. Dapat menambah pengetahuan dan merubah sikap serta perilaku kebiasaan

10. Dapat membujuk atau memaksa orang lain agar berpendapat bersikap atau berperilaku sebagaimana diharapkan.

Budi (2010 : 9) menjelaskan terdapat 12 prinsip komunikasi yang dikatakan sebagai penjabaran lebih jauh dari definisi dan hakekat komunikasi yaitu :

1. Komunikasi adalah suatu proses simbolik.

Komunikasi adalah sesuatu yang bersifat dinamis, sirkular dan tidak berakhir pada suatu titik, tetapi terus berkelanjutan.

2. Setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi.

Setiap orang tidak bebas nilai, pada saat orang tersebut tidak bermaksud mengkomunikasikan sesuatu, tetapi dimaknai oleh orang lain maka orang tersebut sudah terlibat dalam proses berkomunikasi. Gerak tubuh, ekspresi wajah (komunikasi non verbal) seseorang dapat dimaknai oleh orang lain menjadi suatu stimulus.

2. Komunikasi punya dimensi isi dan hubungan.

Setiap pesan komunikasi mempunyai dimensi isi dimana dari dimensi isi tersebut kita bisa memprediksi dimensi hubungan yang ada diantara pihak-pihak yang melakukan proses komunikasi. Percakapan diantara dua orang sahabat dan antara dosen dan mahasiswa di kelas berbeda memiliki dimensi isi yang berbeda.

3. Komunikasi itu berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan. Setiap tindakan komunikasi yang dilakukan oleh seseorang bisa terjadi mulai dari tingkat kesengajaan yang rendah artinya tindakan komunikasi yang tidak direncanakan (apa saja yang akan dikatakan atau apa saja yang akan dilakukan secara rinci dan detail), sampai pada tindakan komunikasi yang betul-betul

disengaja (pihak komunikan mengharapkan respon dan berharap tujuannya tercapai).

4. Komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu.

Pesan komunikasi yang dikirimkan oleh pihak komunikan baik secara verbal maupun non-verbal disesuaikan dengan tempat, dimana proses komunikasi itu berlangsung, kepada siapa pesan itu dikirimkan dan kapan komunikasi itu berlangsung.

5. Komunikasi melibatkan prediksi peserta komunikasi.

Tidak dapat dibayangkan jika orang melakukan tindakan komunikasi di luar norma yang berlaku di masyarakat. Jika kita tersenyum maka kita dapat memprediksi bahwa pihak penerima akan membalas dengan senyuman, jika kita menyapa seseorang maka orang tersebut akan membalas sapaan kita. Prediksi seperti itu akan membuat seseorang menjadi tenang dalam melakukan proses komunikasi.

6. Komunikasi itu bersifat sistemik.

Dalam diri setiap orang mengandung sisi internal yang dipengaruhi oleh latar belakang budaya, nilai, adat, pengalaman dan pendidikan. Bagaimana seseorang berkomunikasi dipengaruhi oleh beberapa hal internal tersebut. Sisi internal seperti lingkungan keluarga dan lingkungan dimana dia bersosialisasi mempengaruhi bagaimana dia melakukan tindakan komunikasi.

7. Semakin mirip latar belakang sosial budaya semakin efektiflah komunikasi.

Jika dua orang melakukan komunikasi berasal dari suku yang sama, pendidikan yang sama, maka ada kecenderungan dua pihak tersebut mempunyai bahan yang

sama untuk saling dikomunikasikan. Kedua pihak mempunyai makna yang sama terhadap simbol-simbol yang saling dipertukarkan.

8. Komunikasi bersifat non sekuensial.

Proses komunikasi bersifat sirkular dalam arti tidak berlangsung satu arah. Melibatkan respon atau tanggapan sebagai bukti bahwa pesan yang dikirimkan itu diterima dan dimengerti.

9. Komunikasi bersifat prosesual, dinamis dan transaksional.

Konsekuensi dari prinsip bahwa komunikasi adalah sebuah proses adalah komunikasi itu dinamis dan transaksional. Ada proses saling memberi dan menerima informasi diantara pihak-pihak yang melakukan komunikasi.

10. Komunikasi bersifat irreversible.

Setiap orang yang melakukan proses komunikasi tidak dapat mengontrol sedemikian rupa terhadap efek yang ditimbulkan oleh pesan yang dikirimkan. Komunikasi tidak dapat ditarik kembali, jika seseorang sudah berkata menyakiti orang lain, maka efek sakit hati tidak akan hilang begitu saja pada diri orang lain tersebut.

11. Komunikasi bukan panasehat untuk menyelesaikan berbagai masalah.

Dalam arti bahwa komunikasi bukan satu-satunya obat mujarab yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah.

2.1.9 Model Komunikasi

Purba et al. (2021 : 38) menjelaskan berbagai model komunikasi, diantaranya adalah :

1. Model S-R

Model ini adalah model komunikasi paling dasar. Model ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristik. Komunikasi dianggap sebagai suatu proses aksi-reaksi yang sangat sederhana. Model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan-tulisan), isyarat-isyarat non verbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Model ini mengabaikan adanya faktor manusia seperti sistem internal individu. Singkatnya model ini menganggap bahwa komunikasi itu bersifat statis. Manusia selalu karena adanya stimulus atau rangsangan dari luar, bukan berdasarkan kehendak, keinginan atau kemauan bebasnya. Oleh karena itu, model ini kurang tepat kalau diterapkan pada proses komunikasi manusia.

2. Model Linier Shannon dan Weaver

Model ini terdiri dari lima elemen, yaitu :

- a. *Information Source* adalah yang memproduksi pesan.
- b. *Transmitter* yang menyandikan pesan dalam bentuk sinyal.
- c. *Channel* adalah saluran pesan.
- d. *Receiver* adalah pihak yang menguraikan atau mengkonstruksikan pesan dari sinyal.
- e. *Destination* adalah di mana pesan sampai.

Awalnya dikembangkan oleh Shannon & Weaver pada tahun 1948, model ini menggambarkan komunikasi sebagai proses linier. Model ini menjelaskan bagaimana pengirim, atau pembicara, mengirimkan pesan ke penerima, atau pendengar. Lebih khusus lagi, pengirim adalah sumber pesan. Sebuah pesan dapat

terdiri dari suara, kata-kata, atau perilaku dalam interaksi komunikasi. Pesan itu sendiri ditransmisikan melalui saluran, jalur atau rute komunikasi, kepada penerima, yang merupakan sasaran atau penerima pesan. Mungkin ada hambatan dalam proses komunikasi, atau kebisingan. Kebisingan mengacu pada gangguan dalam saluran atau distorsi pesan. Ini adalah model yang cukup sederhana di mana pesan hanya diteruskan dari pengirim ke penerima.

Sementara model linier sangat berpengaruh selama pertengahan abad ke-20, model ini mungkin terlalu sederhana. Keterbatasannya mudah terlihat jika kita berhenti sejenak untuk memikirkan keyakinan tentang komunikasi, atau asumsi, yang dibuat dalam model ini. Pertama, model ini mengasumsikan bahwa komunikasi hanya berjalan satu arah. Di sini, seseorang bisa menjadi pengirim atau penerima, tetapi tidak keduanya. Ini bermasalah karena komunikasi dalam tindakan lebih dinamis daripada yang disarankan oleh model linier. Dalam tindakan, komunikasi melibatkan memberi dan menerima antara pengirim dan penerima di mana pendengar tidak hanya penerima pasif untuk pesan pengirim. Model ini juga terbatas karena hanya menyediakan satu saluran untuk satu pesan saja. Akhirnya, ini menyiratkan bahwa pesan itu sendiri jelas dengan awal yang berbeda dan akhir yang berbeda. Namun, komunikasi jarang, jika pernah, serapi dan rapi seperti yang disarankan oleh model linier.

Konsep penting dalam model ini adalah gangguan (noise), yakni setiap rangsangan tambahan dan tidak dikehendaki yang dapat mengganggu kecermatan pesan yang disampaikan. Konsep-konsep lain yang merupakan andil Shannon dan Weaver adalah entropi dan redundansi. Model ini diterapkan pada konteks-konteks

komunikasi lainnya seperti komunikasi antarpribadi, komunikasi publik atau komunikasi massa. Sayangnya, model ini juga memberikan gambaran yang parsial mengenai proses komunikasi.

3. Model Interaksional Wilbur Schramm

Model ini berlawanan dengan model stimulus-respons (S-R) dan beberapa model linier lainnya. Sementara model-model tersebut berasumsi bahwa manusia sebagai pasif, model interaksional menganggap manusia jauh lebih aktif. Dalam ilmu komunikasi sebenarnya terdapat ratusan model komunikasi. Setiap model memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Setiap model hanya dapat diukur berdasarkan kemanfaatannya ketika dihadapkan dengan dunia nyata, khususnya ketika digunakan untuk menyaring data dalam penelitian.

Dalam perpindahan ke pandangan komunikasi yang lebih dinamis, model interaksional mengikuti dua saluran di mana komunikasi dan umpan balik mengalir antara pengirim dan penerima. Umpan balik hanyalah tanggapan yang diberikan penerima kepada pengirim. Umpan balik dapat berupa verbal (yaitu "ya") atau nonverbal (yaitu mengangguk atau tersenyum). Yang terpenting, umpan balik menunjukkan pemahaman. Ini dapat membantu pengirim mengetahui apakah pesan mereka telah diterima dan dipahami. Dengan berfokus pada aliran dan umpan balik, model interaksional memandang komunikasi sebagai proses yang berkelanjutan. Fitur terakhir dari model ini adalah bidang pengalaman. Bidang pengalaman mengacu pada bagaimana lingkungan, pengalaman, budaya, dan bahkan keturunan dapat memengaruhi bagaimana pengirim membangun pesan. Ingatlah bahwa setiap orang membawa bidang pengalaman unik ke dalam interaksi. Demikian juga, setiap

interaksi komunikasi adalah unik. Sementara model interaksional lebih dinamis daripada model linier, masih mengandung beberapa keterbatasan. Misalnya, model ini menyiratkan bahwa sementara orang dapat menjadi pengirim dan penerima, mereka tidak dapat melakukannya secara bersamaan. Dalam komunikasi yang hidup, peran tidak begitu jelas dan bahkan lebih cair.

Schramm melihat komunikasi sebagai usaha yang bertujuan untuk menciptakan commonness antara komunikator dan komunikan. Hal ini karena komunikasi berasal dari bahasa latin communis yang artinya sama. Schramm mengenalkan konsep field of experience, yang menurut Schramm sangat berperan dalam menentukan apakah komunikasi diterima sebagaimana yang diinginkan oleh komunikan. Beliau menekankan bahwa tanpa adanya field of experience yang sama, hanya ada sedikit kesempatan bahwa suatu pesan akan diinterpretasikan dengan tepat. Dalam hal ini, model Schramm adalah pengembangan dari model Shannon dan Weaver. Schramm mengatakan bahwa pentingnya feedback adalah suatu cara untuk mengatasi masalah noise. Pada model ini, Schramm percaya bahwa ketika komunikan memberikan umpan balik maka ia akan berada pada posisi komunikator (source).

4. Model Transaksional Devito

Transaksional adalah model komunikasi yang paling dinamis. Salah satu fitur penting dari model ini adalah perpindahan dari mengacu pada orang sebagai pengirim dan penerima untuk merujuk pada orang sebagai komunikator. Ini menyiratkan bahwa komunikasi dicapai ketika orang mengirim dan menerima pesan. Pada dasarnya, model ini memandang komunikasi sebagai sebuah transaksi.

Dengan kata lain, komunikasi adalah tindakan kooperatif di mana komunikator bersama-sama menciptakan proses, hasil, dan efektivitas interaksi. Berbeda dengan model linier di mana makna dikirim dari satu orang ke orang lain, juga tidak seperti model interaksional di mana pemahaman dicapai melalui umpan balik, orang menciptakan makna bersama dalam proses yang lebih dinamis dalam model transaksional.

Model ini juga lebih menekankan pada bidang pengalaman. Sementara setiap komunikator memiliki bidang pengalaman yang unik, mereka juga harus mendiami bidang pengalaman bersama. Dengan kata lain, komunikator harus berbagi setidaknya beberapa tingkat tumpang tindih dalam budaya, bahasa, atau lingkungan jika orang ingin berkomunikasi sama sekali. Model ini juga mengakui bahwa pesan akan memengaruhi tanggapan, atau pesan selanjutnya, yang dihasilkan dalam interaksi komunikasi. Artinya, pesan tidak berdiri sendiri, melainkan saling terkait. Prinsip interrelasi menyatakan bahwa pesan terhubung dan dibangun di atas satu sama lain. Model transaksional membentuk dasar bagi banyak teori komunikasi karena (1) orang dipandang sebagai komunikator dinamis daripada pengirim atau penerima sederhana, (2) harus ada beberapa tumpang tindih dalam bidang pengalaman untuk membangun makna bersama, dan (3) pesan saling bergantung. Pemahaman transaksional makna bersama telah menginformasikan berbagai teori komunikasi. Secara umum, teori terdiri dari cara melihat, menafsirkan, dan menjelaskan. Sebuah teori adalah kerangka untuk memahami. Ini menerangi praktik sosial dan membantu memahami dunia kehidupan sehari-hari.

5. Model Aristoteles

Aristoteles adalah filosof Yunani, tokoh paling dini yang mengkaji komunikasi, yang intinya adalah persuasi Model Aristoteles adalah model yang paling klasik atau disebut juga model retorik. Oleh karena itu, model ini merupakan penggambaran dari komunikasi retorik, komunikasi publik atau pidato. Aristoteles adalah orang pertama yang merumuskan model komunikasi verbal pertama. Proses komunikasi terjadi ketika ada seorang pembicara berbicara kepada orang lain atau khalayak lain dalam rangka merubah sikap mereka. Aristoteles mengemukakan tiga unsur yang harus ada dalam proses komunikasi yaitu pembicara (speaker), pesan (message) dan pendengar (listener).

Menurut Aristoteles, persuasi dapat dicapai oleh :

1. Siapa Anda (etos-kepercayaan anda).
2. Apa argumen Anda (Logos-logika dalam pendapat Anda).
3. Dengan memainkan emosi khalayak (pathos-emosi khalayak).

Salah satu kelemahan model ini adalah bahwa proses komunikasi dipandang sebagai suatu yang statis dan tidak memperdulikan saluran, umpan balik, efek, dan kendala-kendala. Disamping itu, model ini juga berfokus pada komunikasi yang disengaja (komunikator mempunyai keinginan secara sadar untuk mengubah sikap orang lain).

6. Model Laswell

Model ini merupakan sebuah pandangan umum tentang komunikasi yang dikembangkan dari batasan ilmu politik. Who say what in which channel to whom with what effect? Menurut Laswell mengemukakan tiga fungsi komunikasi, yaitu:

1. Pengawasan lingkungan,

2. Korelasi berbagai bagian terpisah dalam masyarakat yang merespon lingkungan.
3. Transmisi warisan sosial.

Model ini merupakan versi verbal dari model Shannon dan Weaver. Model ini melihat komunikasi sebagai transmisi pesan : Model ini mengungkapkan isu “efek” dan bukannya “makna”. Efek secara tak langsung menunjukkan adanya perubahan yang bisa diukur dan diamati pada penerima yang disebabkan unsur-unsur yang bisa diidentifikasi dalam prosesnya. Model ini lebih sesuai diterapkan pada kajian komunikasi massa.

7. Model Gerbner

Model Gerbner menunjukkan bahwa seseorang mempersepsi suatu kejadian dan mengirimkan pesan kepada suatu transmitter yang gilirannya mengirimkan sinyal kepada penerima. Pada Model verbal Gerbner terdiri dari:

- a. Seseorang (sumber, komunikator, pengirim pesan).
- b. Mempersepsi suatu kejadian.
- c. Bereaksi
- d. Dalam suatu situasi.
- e. Melalui suatu alat.
- f. Untuk menyediakan materi.
- g. Dalam suatu bentuk.
- h. Konteks.
- i. Yang mengandung isi.
- j. Yang mempunyai suatu konsekuensi.

8. Model Berlo

Model ini hanya memperlihatkan komunikasi satu arah dan hanya terdiri dari empat komponen utama, yaitu sumber, saluran dan penerima. Akan tetapi pada masing-masing komponen tersebut ada sejumlah faktor kontrol. Model komunikasi Berlo disamping menekankan ide bahwa *meaning are in the people*. Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa interpretasi pesan terutama tergantung kepada arti dari kata atau pesan yang di tafsirkan oleh pengirim atau penerima pesan.

9. Model DeFleur

Model ini menggambarkan model komunikasi massa ketimbang komunikasi antarpribadi. Modelnya merupakan perluasan dari model-model yang dikemukakan para ahli lain, dengan memasukkan perangkat media massa dan perangkat umpan balik. Ia menggambarkan sumber, pemancar, penerima dan sasaran sebagai fase-fase terpisah dalam proses komunikasi massa.

10. Model Tubbs

Model ini menggambarkan komunikasi paling mendasar, yaitu komunikasi dua-orang (diadik). Meskipun dalam model itu komunikator 1 dan komunikator 2 memiliki unsur-unsur yang sama yang juga didefinisikan sama : masukan, penyaring, pesan, saluran, gangguan, unsur-unsur tersebut tetap berada dalam muatannya.

11. Model Gudykunst dan Kim

Model ini merupakan model komunikasi antarbudaya. Model ini pada dasarnya sesuai untuk komunikasi tatap muka, khususnya antara dua orang. Model

komunikasi ini dapat merepresentasikan komunikasi antara siapa saja, karena pada dasarnya tidak ada dua orang yang mempunyai budaya, sosial budaya dan psikobudaya yang persis sama. Salah satu unsur yang melengkapi model ini adalah lingkungan. Lingkungan memengaruhi kita dalam menyandi dan menyandi-balik pesan.

2.2 Interaksi Sosial

Menurut Walgito (dalam Rahmawati, 2022 : 58) mengartikan interaksi sosial sebagai hubungan antara individu satu dan individu lain, di mana individu yang satu dapat memengaruhi individu lainnya atau sebaliknya sehingga terjadi hubungan saling timbal balik. Hubungan timbal balik ini dapat terjadi antara individu dan individu, individu dan kelompok, ataupun kelompok dan kelompok. Sarwono (dalam Rahmawati, 2022 : 58) menjelaskan interaksi sosial merupakan hubungan timbal balik yang saling memengaruhi antara individu dan individu lain, individu dan kelompok, serta kelompok dan kelompok lain. Demikian halnya dengan Basrowi (dalam Rahmawati, 2022 : 58) mengemukakan bahwa interaksi sosial merupakan hubungan dinamis yang mempertemukan orang dan orang kelompok dan kelompok, maupun orang dan kelompok orang. Menurutnya, interaksi sosial tidak hanya bersifat kerja sama, melainkan juga dapat berbentuk tindakan, persaingan, pertikaian, dan jenis tindakan yang cenderung dipenuhi oleh emosi negatif.

Definisi lain dikemukakan oleh Chaplin (dalam Rahmawati, 2022 : 58) yang memberikan pengertian interaksi sosial sebagai relasi antara dua sistem yang terjadi sedemikian rupa sehingga kejadian yang berlangsung pada suatu sistem akan

memengaruhi kejadian yang terjadi pada sistem yang lainnya. Dari pengertian tersebut dapat terlihat bahwa interaksi merupakan satu pertalian sosial antarindividu yang menunjukkan pola sehingga individu yang bersangkutan saling memengaruhi satu dengan lainnya.

2.2.1 Aspek Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan sebuah sarana bagi individu untuk dapat hidup bersama dengan orang lain. Dengan adanya interaksi sosial, individu akan merasa sebagai manusia sosial yang akan memunculkan eksistensinya sebagai bagian dari kebutuhan teratas. Dalam proses interaksi sosial ini terdapat aspek-aspek yang perlu diperhatikan di dalamnya. Aspek ini menjadi syarat terjadinya interaksi sosial. Toneka (dalam Rahmawati, 2022 : 59) menyebutkan syarat terjadinya interaksi sosial apabila terdapat dimensi waktu yang meliputi masa lampau, kini, dan akan datang yang akan menentukan sifat dan aksi yang sedang berlangsung. Selain itu, menurutnya perlu adanya jumlah perilaku lebih dari seseorang serta adanya tujuan tertentu.

Kemudian Soekanto (dalam Rahmawati, 2022 : 59) memperjelas aspek interaksi sosial dengan dua hal. Aspek yang pertama, adanya kontak sosial. Kontak sosial merupakan peristiwa terjadinya hubungan sosial antara individu satu dan individu lainnya. Kontak sosial ini bukan hanya berbentuk fisik, melainkan juga dapat berbentuk simbolik, seperti tersenyum ataupun berjabat tangan. Namun yang tidak dapat dilupakan bahwa kontak sosial ini memiliki sifat yang positif yang mengarah pada kerja sama atau hubungan timbal balik yang baik dan juga dapat bersifat negatif berupa pertentangan atau pertikaian (hubungan timbal balik yang

buruk). Aspek yang kedua, komunikasi merupakan proses penyampaian informasi, ide, konsep, pengetahuan, ataupun perbuatan kepada individu atau kelompok lain sehingga terdapat timbal balik antara komunikator (penyampai pesan) dan komunikan (penerima pesan). Komunikasi ini tidak lain bertujuan untuk memengaruhi proses kognitif maupun afektif pada individu menuju ke arah yang diinginkan oleh penyampai pesan.

Aspek lain dikemukakan oleh Homans (dalam Rahmawati, 2022 : 59) dimana terdapat 5 (lima) aspek sebagai berikut.

1. Adanya motif atau tujuan yang sama. Dalam interaksi sosial, individu sebagai pribadi maupun sebagai anggota kelompok memiliki motif dan tujuan sehingga perilaku yang muncul bukanlah perilaku yang tiba-tiba (tanpa sebab)
2. Terdapat suasana emosional. Suasana emosional ini akan menunjukkan sentimen individu terhadap sesuatu.
3. Terdapat aksi interaksi yang menandakan adanya hubungan antara individu yang satu dan individu yang lain, individu dan kelompok, ataupun kelompok dan kelompok. Dalam mengadakan hubungan dalam interaksi inilah individu disebut melakukan aksi.
4. Tiga hal yang terdapat dalam interaksi sosial (aksi, interaksi, dan sentimen) akan membentuk piramida, Dalam hal ini, individu yang menjadi tokoh sentral akan dipilih secara spontan oleh individu.
5. Dalam interaksi sosial terdapat penyesuaian diri dengan lingkungan secara terus-menerus.

2.2.2 Bentuk-Bentuk Interaksi Sosial

Menurut Sarwono (dalam Rahmawati, 2022 : 62) bentuk interaksi sosial meliputi beberapa hal :

1. Kerja sama, yang merupakan kegiatan yang dilakukan bersama-sama untuk mencapai suatu tujuan dan terdapat unsur saling membantu satu dengan lainnya.
2. Persaingan, yang merupakan tindakan yang dilakukan individu dengan tujuan meniru atau melebihi apa yang dilakukan ataupun yang dimiliki orang lain.
3. Konflik, yang berupa ketegangan antara dua orang atau lebih karena terdapat perbedaan cara memecahkan masalah atau memersepsikan sesuatu.
4. Akomodasi, yang merupakan usaha individu untuk mengurangi ketegangan, perbedaan, dan pertentangan dengan kompromi hingga terdapat kesepakatan dengan pihak lain yang bersangkutan.

Terdapat 8 (delapan) bentuk akomodasi sebagai wujud dari interaksi sosial. Pertama, coercion merupakan bentuk akomodasi dengan melakukan paksaan dalam prosesnya. Bentuk ini dapat terjadi bila individu yang satu lemah dibandingkan dengan individu yang lain dalam suatu perselisihan. Kedua, compromise merupakan bentuk pengurangan tuntutan dari pihak-pihak yang terlibat pertentangan agar tercapai suatu penyelesaian. Ketiga, arbitration merupakan bentuk penyelesaian pertentangan dengan menghadirkan individu lain yang lebih tinggi kedudukannya untuk membantu menyelesaikan suatu perselisihan. Keempat, mediation merupakan bentuk penengah yang berfungsi sebagai mediator, namun tidak memiliki wewenang untuk mengambil keputusan terhadap suatu masalah. Kelima,

conciliation merupakan bentuk usaha mempertemukan pihak yang berselisih agar mendapatkan persetujuan bersama. Conciliation ini memiliki sifat yang lebih fleksibel daripada bentuk coercion. Keenam, toleration-participation merupakan bentuk akomodasi tanpa persetujuan formal. Bentuk ini terkadang muncul secara tidak sadar dan tanpa direncanakan. Ketujuh, stalemate merupakan bentuk akomodasi ketika pihak yang bertentangan memiliki kekuatan seimbang berhenti pada suatu titik tertentu dalam melakukan pertentangan. Kedelapan, adjudication merupakan bentuk menyelesaikan permasalahan di pihak berwajib (seperti pengadilan). Kedelapan bentuk interaksi ini akan timbul tergantung dari stimulus yang diberikan pada individu dalam kehidupannya sehari-hari.

Kemudian Gillin dan Gillin (dalam Rahmawati, 2022 : 63) juga menjelaskan dua bentuk besar interaksi sosial, yakni asosiatif dan disosiatif. Pada proses asosiasi, individu dapat melakukan suatu bentuk penyesuaian aktivitas yang berlawanan menjadi sejalan. Oleh Gillin dan Gillin, proses ini dinamakan akomodasi dan memiliki teknik pendesakan, kompromis, peradilan, toleransi, konversi, sublimasi, dan rasionalisasi. Proses asosiasi kedua adalah asimilasi, yakni proses yang memiliki ciri pembentukan persamaan sikap, pandangan, kebiasaan, pikiran, dan tindakan sehingga individu ataupun kelompok cenderung menjadi satu, memiliki perhatian dan tujuan yang sama. Bentuk proses asosiasi yang ketiga adalah akulturasi yang merupakan proses dua arah dengan melibatkan aspek kebudayaan sebagai bagian dari interaksi. Pada akulturasi, individu atau kelompok memiliki koneksi dan saling memodifikasikan kebudayaan masing-masing hingga tingkat tertentu.

Selain asosiasi, bentuk interaksi sosial menurut Gillin dan Gillin adalah disosiasi yang terbagi menjadi kompetisi, kontroversi, dan konflik. Pada kompetisi, individu ataupun kelompok akan mengalami persaingan untuk mencapai tujuan tertentu. Sementara itu, pada kontroversi terdapat perbedaan pandangan, ide, dan tujuan yang terjadi pada satu orang atau lebih yang dapat menimbulkan pertentangan. Terakhir dalam bentuk interaksi disosiatif adalah konflik yang merupakan ketegangan yang terjadi pada individu maupun kelompok karena terdapat perbedaan pandangan tentang suatu masalah maupun cara penyelesaiannya.

2.2.3 Ciri-Ciri Interaksi Sosial

Apabila kita ingin memahami lebih mendalam tentang interaksi sosial, maka kita perlu mengetahui ciri-ciri interaksi sosial. Beberapa ciri yang dapat dikenali adalah : (1) jumlah pelakunya lebih dari satu orang, (2) terjadinya komunikasi di antara pelaku melalui kontak sosial, (3) mempunyai maksud dan tujuan yang jelas, dan (4) adanya dimensi waktu yang meliputi masa lalu, masa kini, dan masa mendatang.

2.2.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Interaksi Sosial

Monks (dalam Rahmawati, 2022 : 60) menyampaikan beberapa faktor yang dapat memberikan pengaruh dalam interaksi sosial sebagai berikut.

1. Jenis Kelamin

Kecenderungan laki-laki untuk berinteraksi dengan teman sebaya atau sejawat lebih besar daripada perempuan. Walaupun pandangan tersebut

mengandung bias gender, justru hal tersebut menunjukkan masih ada halangan untuk perempuan dapat berinteraksi dengan bebas di ruang publik.

2. Kepribadian

Orang-orang ekstrovert lebih konformitas daripada introvert. Namun pada kenyataannya tidak selalu hitam putih seperti itu. Terkadang individu yang cenderung ekstrovert pun juga membutuhkan waktu untuk menyendiri begitu juga individu yang introvert bisa lebih bersosialisasi jika sedang berada di lingkungan serta situasi yang akrab dengannya.

3. Besar Kelompok

Pengaruh kelompok menjadi makin besar bila besarnya kelompok makin bertambah. Hal itu dapat dilihat pada komunitas, sebagai contoh UKM yang ada di kampus. Interaksi yang terjadi antarmahasiswa di sebuah UKM akan lebih kuat ketika anggotanya bertambah.

4. Keinginan Memiliki Status

Adanya dorongan untuk memiliki status inilah yang menyebabkan seseorang berinteraksi dengan sejawatnya. Individu akan menemukan kekuatan dalam mempertahankan dirinya di dalam perebutan tempat atau status terlebih di dalam suatu pekerjaan. Selain pada konteks lingkungan pekerjaan, dalam pergaulan juga terjadi dorongan untuk mendapatkan status serta diakui sebagai anggota kelompok.

5. Interaksi Orang Tua

Suasana rumah yang tidak menyenangkan dan tekanan dari orang tua menjadi dorongan individu dalam berinteraksi dengan teman sejawatnya. Namun interaksi sosial yang terjadi tidak selalu berdasarkan situasi negatif di rumah. Bisa karena kesepian ketika orang tua bekerja dan juga perasaan bosan karena jenuh berada di rumah. Selain itu, ada juga orang tua yang justru mendorong anaknya untuk keluar dan bergaul dengan teman sejawatnya.

6. Pendidikan

Pendidikan yang tinggi adalah salah satu faktor dalam mendorong individu untuk berinteraksi karena orang yang berpendidikan tinggi mempunyai wawasan pengetahuan yang luas yang kemudian juga mendukung dalam pergaulannya. Akan tetapi, ukuran pendidikan yang dimaksud tidak selalu terkait dengan jenjang pendidikan tinggi. Individu yang bergaul untuk menunjang pengetahuannya juga dapat dikategorikan sebagai interaksi sosial yang dipengaruhi oleh faktor pendidikan.

Selain itu Gerungan (2010 : 62) menguraikan empat hal yang memengaruhi interaksi sosial.

1. Faktor Imitasi

Imitasi memiliki peran penting dalam proses interaksi. Peranan faktor imitasi dalam interaksi sosial juga mempunyai segi-segi yang negatif. Yaitu, apabila hal-hal yang diimitasi itu mungkin salah ataupun secara moral dan yuridis harus ditolak. Apabila contoh demikian diimitasi orang banyak, proses imitasi itu dapat menimbulkan terjadinya kesalahan kolektif yang meliputi jumlah serba besar.

Selain itu, adanya proses imitasi dalam interaksi sosial dapat menimbulkan kebiasaan di mana orang mengimitasi sesuatu tanpa kritik, seperti yang berlangsung juga pada faktor sugesti. Dan, hal ini dapat menghambat perkembangan kebiasaan berpikir kritis. Dengan kata lain, adanya peranan imitasi dalam interaksi sosial dapat memajukan gejala-gejala kebiasaan malas berpikir kritis pada individu manusia yang mendangkalkan kehidupannya.

2. Faktor Sugesti

Selain dari faktor imitasi, terdapat pula suatu faktor lainnya yang memegang peranan penting dalam kelangsungan interaksi sosial, yaitu gejala-gejala sugesti. Arti sugesti dan imitasi dalam hubungannya dengan interaksi sosial hampir sama. Bedanya adalah bahwa dalam imitasi itu orang yang satu mengikuti sesuatu di luar dirinya. Sedangkan pada sugesti, seseorang memberikan pandangan atau sikap dari dirinya yang lalu diterima oleh orang lain di luarnya.

Memang besar pula peranan sugesti itu dalam pembentukan norma norma kelompok, prasangka-prasangka sosial, norma-norma susila, norma politik, dan lain-lainnya. Sebab, pada orang kebanyakan, di antara pedoman-pedoman tingkah lakunya itu banyak dari adat kebiasaannya yang diambil alih dengan begitu saja, tanpa pertimbangan lebih lanjut dari orang tuanya, pendidik, ataupun kawan di lingkungannya. Hal ini disebabkan kehidupan zaman modern begitu kompleks sehingga dengan mengambil alih pandangan dan tingkah laku orang lain lebih mudah dapat mereka hadapi persoalan-persoalan kehidupan sehari-hari yang makin kompleks. Sugesti dalam ilmu jiwa sosial dapat kita rumuskan sebagai suatu proses

di mana seorang individu menerima suatu cara penglihatan atau pedoman-pedoman tingkah laku dari orang lain tanpa kritik terlebih dahulu.

3. Faktor Identifikasi

Identifikasi memiliki sifat yang lebih mendalam karena pribadi individu dapat terbentuk atas dasar identifikasi. Proses identifikasi ini dapat berlangsung sendiri ataupun disengaja sebab individu memerlukan tipe ideal tertentu di dalam proses kehidupannya.

4. Faktor Simpati

Faktor lainnya yang memegang peranan penting dalam interaksi sosial adalah simpati. Simpati dapat dirumuskan sebagai perasaan tertariknya seseorang terhadap orang lain. Simpati timbul tidak atas dasar logis rasional, tetapi berdasarkan penilaian perasaan sebagaimana proses identifikasi. Orang tiba-tiba merasa dirinya tertarik kepada orang lain seakan-akan dengan sendirinya, dan tertariknya itu bukan karena salah satu ciri tertentu melainkan karena keseluruhan cara bertingkah laku orang tersebut. Akan tetapi, berbeda dengan identifikasi, timbulnya simpati itu merupakan proses yang sadar bagi diri manusia yang merasa simpati terhadap orang lain. Simpati menghubungkan seseorang dengan orang lain; sebaliknya, perasaan antipati cenderung menghambat atau menghilangkan sama sekali pergaulan antarorang. Dalam perasaan antipati, seseorang tidak suka bergaul (menolak dalam perasaannya) kepada orang lain.

Peranan simpati cukup nyata dalam hubungan persahabatan antara dua atau lebih orang. Hubungan cinta kasih antarmanusia itu biasanya didahului pula oleh

hubungan simpati yang terus-menerus memegang peranan dalam hubungan cinta kasih itu. Patut ditambahkan bahwa simpati dapat pula berkembang perlahan-lahan di samping simpati yang timbul dengan tiba-tiba.

Gejala identifikasi dan simpati itu sebenarnya sudah berdekatan. Akan tetapi, dalam hal simpati yang timbal-balik itu, akan dihasilkan suatu hubungan kerja sama di mana seseorang ingin lebih mengerti orang lain sedemikian jauhnya sehingga ia dapat merasa berpikir dan bertindak aku seakan-akan ia adalah orang lain itu. Sedangkan dalam hal identifikasi terdapat suatu hubungan di mana yang satu menghormati dan menjunjung tinggi yang lain, dan ingin belajar daripadanya karena yang lain itu dianggapnya sebagai ideal. Jadi, pada simpati, dorongan utama adalah ingin mengerti dan ingin bekerja sama dengan orang lain, sedangkan pada identifikasi dorongan utamanya adalah ingin mengikuti jejaknya, ingin mencontoh ingin belajar dari orang lain yang dianggapnya sebagai ideal. Hubungan simpati menghendaki hubungan kerja sama antara dua atau lebih orang yang setaraf. Hubungan identifikasi hanya menghendaki bahwa yang satu ingin menjadi seperti yang lain dalam sifat-sifat yang dikagumi-nya. Simpati bermaksud kerja sama, identifikasi bermaksud belajar.

2.3 Intensitas Penggunaan Smartphone

2.3.1 Pengertian Intensitas Penggunaan Smartphone

Menurut Wahyono (dalam Rismansari, 2016 : 41). Intensitas adalah gambaran berapa lama dan seringnya seseorang melakukan suatu kegiatan dengan tujuan tertentu. Intensitas dapat digambarkan sebagai sesuatu kekuatan yang datang dari seseorang yang hebat, bergairah, membara dan bersentuhan dengan emosi

seseorang. Intensitas juga berkaitan dengan frekuensi aktivitas yang sering dilakukan. Dalam intensitas penggunaan internet ataupun *smartphone* pada seseorang, terdapat hal-hal yang dapat diamati, yaitu :

1. Frekuensi, artinya seberapa sering orang tersebut mengakses media sosial.
2. Durasi, artinya seberapa lama orang tersebut mengakses media sosial.
3. Tingkat perhatian, yaitu bagaimana seseorang menyempatkan waktunya secara khusus untuk berinteraksi dengan orang lain melalui media sosial.

Penggunaan mempunyai satu arti, penggunaan berasal dari kata dasar guna, penggunaan mempunyai arti dalam kelas substantif atau kata benda sehingga penggunaan dapat menyatakan nama dari seseorang atau semua benda dan segala yang dibedakan. Kemudian *smartphone* adalah telepon yang memiliki kemampuan seperti komputer, biasanya memiliki layar besar dan sistem operasi yang mampu menjalankan aplikasi serba guna dengan menawarkan fitur-fitur seperti personal digital assistant (PDA), akses internet, email, dan global positioning. sistem (gps). *Smartphone* juga memiliki fungsi lain seperti kamera, video, mp3 player, sama seperti ponsel biasa. Dengan kata lain, *smartphone* adalah komputer mini yang memiliki banyak fungsi dan pengguna dapat menggunakannya kapan saja dan di mana saja.

2.3.2 Sejarah Smartphone

Menurut Ardi & Subchan (2015 : 5) ponsel cerdas pertama dinamakan Simon; dirancang oleh IBM pada 1992 dan dipamerkan sebagai produk konsep tahun itu di COMDEX, sebuah pameran komputer di Las Vegas, Nevada. Ponsel cerdas tersebut dipasarkan ke publik pada tahun 1993 dan dijual oleh BellSouth. Tidak

hanya menjadi sebuah telepon genggam, ponsel cerdas tersebut juga memiliki kalender, buku telepon, jam dunia, tempat pencatat, surel, kemampuan mengirim dan menerima faks dan permainan. Telepon canggih tersebut tidak mempunyai tombol-tombol. Melainkan para pengguna menggunakan layar sentuh untuk memilih nomor telepon dengan jari atau membuat faksimile dan memo dengan tongkat stylus. Teks dimasukkan dengan papan ketik “prediksi” yang unik di layar. Bagi standar masa kini, Simon merupakan produk tingkat rendah, tetapi fitur-fiturnya pada saat itu sangatlah canggih.

Nokia Communicator merupakan ponsel cerdas pertama Nokia, dimulai dengan Nokia 9000, pada tahun 1996. Ponsel cerdas yang serupa dengan komputer tangan yang unik ini adalah hasil dari usaha penggabungan model PDA buatan Hewlett Packard yang sukses dan mahal dengan telepon Nokia yang laris pada waktu itu. Nokia 9210 merupakan komunikator berlayar warna pertama dan juga merupakan ponsel cerdas sejati yang menggunakan sistem operasi. Komunikator 9500 menjadi komunikator berkamera dan ber-WiFi pertama. Komunikator 9300 memiliki perubahan dalam bentuk yang lebih kecil dan komunikator yang terbaru E90 menyertakan GPS. Meskipun Nokia 9210 dapat diargumentasikan sebagai ponsel cerdas sejati pertama dengan sistem operasi, Nokia tetap menyebutnya sebagai komunikator.

Ericsson R380 dahulu terjual sebagai ‘ponsel cerdas’ tetapi tidak bisa menjalankan aplikasi pihak ketiga. Pada Oktober 2001, Handspring mengeluarkan ponsel cerdas Palm OS Treo, dengan papan ketik penuh digabung dengan jejaring tanpa kabel, surel, kalender, dan pengatur daftar nama, dengan aplikasi

pihak ketiga yang dapat diunduh atau diselaraskan dengan komputer. Tahun 2002, RIM mengeluarkan BlackBerry pertama yang merupakan ponsel cerdas pertama dengan penggunaan surel nirkabel yang optimal dan penggunaanya telah mencapai 8 juta (sampai Juni 2007), tiga perempat pemakainya berada di Amerika Selatan. Handspring menyajikan ponsel cerdas yang populer dipasaran Amerika dengan bergabung dengan Palm OS berbasis Visor PDA dengan jaringan telepon GSM, VisorPhone. Tahun 2002, Handspring menjual ponsel cerdas terintegrasi bernama Treo; perusahaan ini bergabung karena penjualan PDA sudah mulai mati, tetapi ponsel cerdas Treo secara cepat menjadi populer sebagai telepon berfitur PDA. Pada tahun yang sama, Microsoft mengumumkan Windows CE komputer kantong OS dinobatkan sebagai "Microsoft Windows Powered *Smartphone* 2002".

Pada tahun 2005 Nokia menerbitkan seri-N ponsel cerdas 3G yang dijual bukan sebagai telepon genggam tetapi sebagai komputer multimedia. Android, OS untuk ponsel cerdas keluaran tahun 2008. Android didukung oleh Google, bersama pengusaha piranti keras dan lunak yang terkemuka lainnya seperti Intel, HTC, ARM, Motorola dan eBay, yang kemudian membentuk Open Handset Alliance. Telepon pertama yang menggunakan Android OS adalah HTC Dream, merk keluran dari T-Mobile sebagai G1. Fitur telepon penuh, layar sentuh secara utuh, papan ketik QWERTY, dan bola jalur untuk menavigasikan halaman web. Piranti lunak cocok dengan aplikasi Google, seperti Maps, Calendar, dan Gmail, juga Google's Chrome Lite. Aplikasi pihak ketiga juga tersedia lewat Android Market, ada yang gratis ataupun dengan biaya.

Pada Juli 2008 Apple memperkenalkan App Store dengan aplikasi gratis dan dengan biaya. App store dapat menyampaikan aplikasi ponsel cerdas yang dikembangkan oleh pihak ketiga langsung dari iPhone atau iPod Touch dengan WiFi atau jaringan selular tanpa menggunakan komputer untuk mengunduh. App Store telah menjadi suatu kesuksesan bagi Apple dan pada Juni 2009 terdapat lebih dari 50,000 aplikasi yang ada. App store menembus satu juta unduh aplikasi pada 23 April 2009. Mengikuti popularitas App Store dari Apple, banyak yang membuat toko aplikasinya sendiri. Palm, Microsoft dan Nokia telah mengumumkan toko aplikasi yang mirip milik Apple. RIM juga baru-baru ini membuat toko aplikasinya yaitu BlackBerry App World.

2.3.3 Perkembangan Smartphone di Indonesia

Menurut Ardi & Subchan (2015 : 8) perkembangan pasar *smartphone* di Indonesia begitu pesat akhir-akhir ini. Banjir *smartphone* dan tablet sudah mulai terasa. Derasnya permintaan pasar terhadap *smartphone* ini, khususnya yang menggunakan sistem operasi Android membuat para produsen semakin giat untuk berinovasi dan menggempur pasar ponsel Indonesia dengan berbagai produk. Para produsen *smartphone* pun mulai datang dari produsen lokal seperti Polytron dan Axioo. Mereka menyadari betapa besarnya pangsa pasar *smartphone* di Indonesia.

Smartphone di Indonesia sendiri memiliki segmentasi yang secara umum bisa dikelompokkan menjadi 3 kelas berdasarkan level harga dan spesifikasinya, yaitu:

1. *Smartphone* kelas atas (high-end)

Smartphone kelas atas merupakan ponsel cerdas yang memiliki spesifikasi perangkat keras yang sangat tinggi. Ponsel ini biasanya dilengkapi dengan fitur-

fitur unggulan yang membuatnya sangat menonjol dan lengkap dalam pengoperasiannya. Selain dari sisi prosesor, memori, GPU, ukuran layar, jenis layar, dan kamera, *smartphone* kelas atas ini biasanya memiliki desain yang premium. Beberapa vendor *smartphone* yang bermain di level ini di antaranya :

- a) Apple dengan produk andalannya iPhone
- b) Samsung dengan jajaran seri ponsel cerdas Galaxy S dan Galaxy Note
- c) HTC dengan seri HTC One
- d) LG dengan seri Optimus G dan L9
- e) Nokia dengan seri Lumia 9XX
- f) Blackberry dengan seri Qxx

Harga dari *smartphone* kelas atas ini bisa berkisar antara 4 juta hingga 10 juta rupiah. Harga *smartphone* yang memang cukup mahal ini biasanya memang memiliki fitur-fitur unggulan selain itu juga lebih terkesan bergengsi.

2. *Smartphone* kelas menengah (middle level)

Smartphone kelas menengah biasanya menyasar target pasar yang menginginkan ponsel cerdas canggih namun dengan harga dan spesifikasi yang lebih rendah. Level ini cukup banyak peminatnya, khususnya di Indonesia. Para pemainnya juga semakin banyak, karena produsen lokal ikut bermain di segmen ini. Sebut saja Samsung, Acer, LG, Nokia, Polytron, Lenovo, Asus, Blackberry, dan sebagian ponsel cerdas Sony.

3. *Smartphone* kelas bawah (entry level)

Smartphone kelas entry level juga semakin banyak peminatnya di Indonesia. Sebagian besar porsi untuk *smartphone* entry level ini dikuasai oleh Android,

karena mampu menghadirkan pengalaman ponsel cerdas dalam harga yang sangat terjangkau. Di Indonesia sendiri *smartphone* entry level ini sudah bisa diperoleh dari harga 500 ribu rupiah hingga berkisar 1 juta rupiah. Pilihannya pun semakin banyak dan spesifikasi yang ditawarkan juga tidak terlalu buruk. Mungkin *smartphone* kelas ini bisa menjadi pilihan awal bagi para pengguna telepon genggam yang masih awam dengan *smartphone* dan ingin mencoba belajar dulu.

2.3.4 Fitur-Fitur *Smartphone*

Fitur-fitur merupakan alat bersaing untuk membedakan produk suatu perusahaan terhadap produk perusahaan lain yang digunakan untuk sebagai sarana untuk membedakan suatu merk dari pesaingnya. Beberapa fitur-fitur pada *smartphone* menurut Armono & Hendra (2019 : 289) yaitu :

1. Fitur menelepon

Menelepon merupakan kata kerja dari telepon yang berarti pesawat dengan listrik dan kawat, untuk bercakap-cakap antara dua orang yang berjauhan termpatnya atau bercakap-cakap melalui pesawat telepon.

2. Fitur pesan atau SMS (Short Messsage Service)

Merupakan sebuah layanan yang dilaksanakan dengan sebuah ponsel atau *smartphone* untuk mengirim atau menerima pesan-pesan pendek.

3. Fitur memo

Merupakan fitur untuk melakukan catatan penting.

4. Multitasking

Multitasking pada *smartphone* artinya dapat melakukan tugas secara serentak atau sekaligus pada aplikasi yang sama maupun berbeda.

5. Voice Command

Merupakan suatu pengembangan teknik dan sistem yang memungkinkan *smartphone* untuk menerima masukan berupa kata-kata yang diucapkan pengguna.

6. Notifikasi

Merupakan pemberitahuan atau kabar tentang suatu. Seperti notifikasi pesan, notifikasi aplikasi, dan lain-lain.

7. Sinkronisasi

Yaitu kumpulan data yang identik berada dalam suatu atau beberapa lokasi yang sama.

Adapun fitur-fitur *smartphone* dalam kegiatan akademis menurut Rustrini (2015) sebagai berikut.

Tabel Error! No text of specified style in document..1

Fitur-fitur Smartphone

Kelompok	Fitur yang digunakan	Keterangan
Browser	- Google Chrome - Firefox - Operamini - Safari	Browser merupakan program atau aplikasi yang di rancang untuk menampilkan teks, gambar, dan juga dapat digunakan untuk berbagai macam ninteraksi pada saat menjelajahi internet untuk mengakses beragam info masih misalnya mengenai pendidikan, kesehatan, berita terkini, bahkan memberikan informasi mengenai letak suatu lokasi.

Sosial media & Komunikasi	- Facebook - Twitter - Instagram - Wechat - Skyp - Linkeding - Path - Whatsapp - SMS - Telephone	Menjalin komunikasi di dunia maya merupakan aktivitas yang paling sering dilakukan oleh semua orang. Bahkan dikalangan dosen dan mahasiswa tidak terlepas dari social media. Tidak hanya untuk menjalin komunikasi, sosial media juga menjadi sumber berita dan menjadi sarana untuk bertukar data.
Aplikasi Office / Document Reader	- Microsoft Office Mobile - QuickOffice - Polaris Office	<i>Smartphone</i> menyediakan fitur guna membantu kita untuk membuka file dimana dan kapan saja, file dalam format doc, presentasi, excel, hingga pdf. Tidak hanya bisa membuka dokumen, tapi juga bisa melakukan editing (penyuntingan).
Penjadwalan	- Kalender - Jam - Alarm - Note - Evernote - Memo	Aplikasi ini dapat membuat sebuah daftar panjang kegiatan yang ingin atau harus dilakukan, dan fitur ini akan mengingatkan penggunaanya. Catatan yang disimpan pun memungkinkan penggunaanya untuk membagikan daftar kegiatan dengan orang lain.
Perhitungan	- Kalkulator	Mahasiswa dan dosen eksakta akan banyak menggunakan kalkulator sebagai teman mengerjakan tugas ataupun menghitung angka-angka statistika. Untuk mempermudah dosen dan mahasiswa dalam

		menghitung angka, smartphone menyediakan fitur kalkulator
Penyimpanan data	- OneDrive - Google Drive - Kontak - Galeri - Dropbox	Untuk mengantisipasi kejadian data yang diperlukan tapi lupa dibawa dapat diatasi dengan menyimpan data data penting terlebih dahulu atau lebih tepatnya mengupload data ke akun Dropbox. Terdapat pula fitur Kontak dan galeri yang berfungsi untuk menyimpan data berupa gambar dan nomer Telepon.
Dokumentasi	- Kamera - Video - Recorder	Untuk melakukan dokumentasi, baik berupa gambar maupun suara.
Translator	- Kamus	Fitur smartphone menyediakan berbagai jenis kamus mulai dari kamus bahasa Indonesia – Inggris, atau kamus besar bahasa Indonesia, atau kamus bahasa lainnya yang bisa di download secara gratis.

2.3.5 Manfaat *Smartphone*

Menurut Armono & Hendra (2019 : 289) manfaat *Smartphone* yaitu :

1. Komunikasi

Smartphone yang dilengkapi dengan prosesor, memori dan perlengkapan canggih lainnya mirip dengan teknologi komputer, memungkinkan seseorang melakukan komunikasi melebihi kemampuan handphone biasa.

2. Mencari informasi

Smartphone memungkinkan seseorang berselancar di dunia maya dengan lebih cepat dengan menggunakan koneksi internet tanpa kabel. Tersedianya web browser terbaru dapat menerjemahkan bahasa html dan bahasa pemrograman web serta teknologi terbaru lainnya.

3. Pergaulan

Banyak orang menggunakan *smartphone* untuk menunjang penampilan sehari-hari. Orang yang memiliki gengsi tinggi akan berusaha untuk menggunakan *smartphone* yang dipandang orang keren dan canggih.

4. Akademik

penggunaan *smartphone* dapat memberikan manfaat sebagai alat bantu dalam akademik atau bersifat ilmiah dan pengetahuan.

5. Hiburan

Smartphone mampu menayangkan berbagai format multimedia yang ada, media streaming online dapat dengan mudah dijalankan di *smartphone* canggih tanpa banyak kendala. Aplikasi hiburan gratis atau berbayar dapat diunduh untuk melengkapi sarana hiburan di *smartphone*.

6. Bisnis Online

Yaitu penggunaan *smartphone* sebagai alat mencari keuntungan dengan menggunakan internet.

2.3.6 Dampak Penggunaan Smartphone

Smartphone memiliki dampak positif dan dampak negatifnya. Adapun yang termasuk dampak positif dan negatif dari *smartphone* menurut Nikmah (2013 : 3) adalah sebagai berikut.

1. Dampak Positif

Adapun dampak positif dari *smartphone* adalah sebagai berikut.

a. Menambah pengetahuan tentang perkembangan teknologi.

Teknologi selalu berkembang sesuai dengan jaman dan pola pikir manusia yang selalu menuju kearah modernisasi. Oleh sebab itu ada baiknya juga jika siswa juga mampu mengikuti perkembangan teknologi dan informasi untuk pengetahuan siswa juga.

b. Mempermudah komunikasi terutama jarak jauh.

Untuk membantu siswa yang kesulitan dalam mengerjakan PR, *smartphone* bisa membantu menghubungi teman yang rumahnya jauh untuk bertanya PR karena dapat menghemat waktu.

c. Memperluas jaringan persahabatan.

Dengan menggunakan *smartphone* siswa bisa menambah teman dengan mudah melalui telepon langsung atau pesan singkat (SMS).

d. Sebagai penghibur pada saat siswa jenuh belajar.

Smartphone terdapat fitur-fitur MP3 atau game yang dapat memberi hiburan pada siswa sehingga apabila siswa mengalami kejenuhan dalam belajar siswa dapat mendengarkan musik atau sekedar main game.

e. Terdapat fitur internet yang dapat membantu siswa mencari informasi.

Hal ini mampu membantu siswa untuk mencari informasi atau materi pelajaran melalui fitur internet yang terdapat di *smartphone*.

f. Memiliki banyak memori.

Smartphone memiliki banyak memori untuk menyimpan banyak data dengan

mudah dan dapat dibawa kemana-mana, baik informasi materi pelajaran, foto – foto, video, hasil ujian, informasi tentang buku terbaru dan musik. Ini bisa digunakan untuk membantu dan mempermudah siswa memahami pelajaran.

2. Dampak Negatif

Selain dampak positif dari penggunaan *smartphone* yang cukup banyak, namun cukup banyak juga dampak negatif bagi siswa yang patut di waspadi dan seharusnya di hindari, antara lain :

- a. Terdapat efek radiasi yang mampu mempengaruhi kesehatan siswa, sehingga sebaiknya untuk anak SD jangan diberi *smartphone* untuk digunakan secara permanen.
- b. Rawan tindak kejahatan, karena anak – anak di anggap kurang bisa menjaga diri menyebabkan anak-anak menjadi target utama dari kejahatan pencurian.
- c. Mengganggu perkembangan anak, karena tidak jarang anak sekolah malah lebih tertarik melihat *smartphone* yang bergetar ketika pelajaran berlangsung. Parahnya lagi, *smartphone* digunakan untuk mencontek jawaban pada saat ujian akhir/nasional.
- d. *Smartphone* juga bisa mengakibatkan pemborosan, karena menambah pengeluaran untuk pulsa. Apalagi pulsa tersebut tidak digunakan dengan baik, maka akan membuang sia-sia pulsa tersebut.
- e. Penyalahgunaan fitur internet yang selayaknya digunakan untuk mempermudah siswa mencari informasi atau materi pelajaran bisa disalah gunakan untuk mencari gambar atau video yang kurang baik (porno). *Smartphone* menurunkan mental belajar siswa karena siswa kurang berani mengambil resiko dalam ujian,

sehingga sering mencari jalan aman dengan mencontek teman melalui *smartphone*. Ini yang menjadikan minat belajar siswa juga berkurang yang mengakibatkan prestasi belajar siswa pun turun.

