

**Pengaruh Fasilitas Blackberry Terhadap Sikap Individual Pada  
Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana



Disusun oleh :  
PARWITA SARI  
NIM. 072901

**KONSENTRASI ILMU HUMAS  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA  
2011**

## ABSTRAK

PARWITA SARI. 072901. Pengaruh fasilitas Blackberry terhadap sikap individual mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Tahun 2011.

Penggunaan fasilitas *Blackberry Messenger* yang semakin berkembang di kalangan mahasiswa ini dapat menimbulkan berbagai macam perubahan sikap dan perilaku di kalangan mahasiswa itu sendiri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh frekuensi penggunaan fasilitas *Blackberry* terhadap sikap individu mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Dengan menggunakan dua teori, yaitu teori determinasi teknologi dan teori dependensi efek komunikasi massa.

Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dan metode eksplanatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Yamane dan untuk teknik sampling yang digunakan, peneliti memilih teknik sampling probabilitas (*purposive random sampling*). Dengan jumlah sampel sebanyak 99 mahasiswa. Sedangkan teknik analisis data menggunakan korelasi *Pearson's Correlation (Product Moment)* dan analisis regresi linear sederhana.

Dari hasil analisa dengan menggunakan analisis regresi diperoleh nilai koefisien korelasi ( $R$ ) = 0,636 (63,6%) yang jika diinterpretasikan terdapat hubungan yang "kuat" antara kedua variable. Sedangkan berdasarkan perhitungan nilai  $t$  diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,10 > 0,202$ ), Dalam artian  $H_0$  = ditolak dan  $H_a$  = diterima. Dengan demikian bahwa hipotesis yang penulis ajukan diterima pada taraf probabilitas 5% yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara Fasilitas Blackberry Terhadap Sikap Individu Pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

## **ABSTRACT**

*PARWITA SARI. 072901. Influence on facilities Blackberry of the attitudes students individual University of Sultan Ageng Tirtayasa. Major Sciences Communication, Faculty of Social Sciences and Political. Year 2011.*

*The use of Blackberry's growing facilities among students can cause a variety of changes in attitudes and behavior among the students themselves. The purpose of this study was blackberry messenger facilities influence individual attitudes students of university sultan ageng Tirtayasa.*

*Researchers using this type of quantitative research and methods explanative. The sampling technique using a formula to Yamane and sampling techniques used, the researchers selected probability sampling technique (purposive random sampling). While the techniques of data analysis using Pearson's correlation (Product Moment) and simple linear regression analysis.*

*From the analysis results with values obtained using regression analysis correlation coefficient (R) = 0.636 (63,6%) interpreted that if there is a relationship in which "strong" between the two variables. While based on the calculation of t values obtained  $t_{count} > t_{table}$  (21.18 > 0202), In the sense  $H_0$  is rejected and  $H_a$  = accepted. Thus the authors propose that the hypothesis accepted at 5% probability level, which means there is a significant effect between the Blackberry Messenger Facilities Attitude Students Individuals at University of Sultan Ageng Tirtayasa.*

***"Teman sejati ialah ia yang meraih tangan anda dan menyembuh hati anda."***

*Ku persembahkan skripsi ini untuk :  
Kedua orang tuaku & adikku  
Terimakasih untuk kasih sayang kalian*

## KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis panjatkan puji serta syukur pada Allah SWT dimana atas ijin-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, walaupun selama menyelesaikan penulisan skripsi ini banyak sekali mendapatkan hambatan-hambatan, namun pada akhirnya semua hambatan tersebut dapat teratasi.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu tugas akhir untuk memperoleh gelar Strata (S1) Komunikasi pada Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Tujuan penelitian dalam skripsi ini adalah untuk mengkaji pengaruh fasilitas Blackberry terhadap sikap individual mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Untuk itulah penulis mengadakan penelitian dengan mengambil judul: **Pengaruh Fasilitas Blackberry Terhadap Sikap Individual Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.**

Dalam penulisan skripsi ini penulis mendapat bantuan yang tidak sedikit dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan, untuk itu dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Sholeh Hidayat, M.Pd selaku Rektor Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
2. Bapak Dr. Ahmad Sihabudin, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Ibu Deviani Setyorini, S.Sos., M.CMS. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi dan Pembimbing II. Terima kasih atas waktu, kesempatan, bimbingan, dan saran serta petunjuk yang diberikan kepada penulis.
4. Ibu Naniek Afrilla F, S.Sos., M.Si. selaku Pembimbing I. Terima kasih atas kritik dan saran serta kesabaran yang diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen serta jajaran staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

6. Keluarga penulis mamah dan bapak yang telah memberikan semua dukungan, semangat, do'a serta pengorbanan yang sangat besar serta berharga, baik materi maupun kasih sayang yang sangat tulus. Membuat kalian bangga terhadapku.
7. My little brother, Deis Adi Tria Putra. Kuliah yang benar, bahagiakan orang tua. We always love you.
8. Teman-teman seperjuangan "*the rainbow*" (Emi, Rani, Ririn, Iwan "iin"). Kenanglah saat-saat kita bersama. Dalam tawa, canda, maupun tangis. Thanks for the help and friendship that you gave. Miss you all.
9. Ahmad Firman Buchari Al-AFGhani yang selalu menjadi pria tersabar dalam menyikapi sikap tidak baikku, terima kasih atas perhatian dan pengertianmu selama ini.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari skripsi ini belum sempurna dan masih terdapat kekurangan-kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritiknya yang bersifat membangun dan penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan sumbangan dan manfaatnya bagi orang lain.

Akhirnya sebagai penutup, semoga Allah SWT melindungi serta senantiasa mendapatkan limpahan dan Rahmat serta Hidayah-Nya kepada kita semua.

Serang, Oktober 2011

Parwita Sari

## DAFTAR ISI

<b>Lembar Persetujuan</b>	
<b>Abstrak</b> .....	<b>i</b>
<b>Abstract</b> .....	<b>ii</b>
<b>Motto</b> .....	<b>iii</b>
<b>Kata Pengantar</b> .....	<b>iv</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>vi</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Rumusan Masalah .....	5
I.3 Identifikasi Masalah .....	5
I.4 Tujuan Penelitian .....	6
I.5 Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Komunikasi Massa.....	8
2.1.1 Efek Komunikasi Massa .....	13
2.2 Teknologi Informasi dan Komunikasi .....	15
2.2.1 Fasilitas Blackberry Messenger.....	17
2.3 Sikap .....	20
2.4 Teori Determinasi Teknologi .....	27
2.5 Teori Dependensi Efek Komunikasi Massa .....	28
2.6 Kerangka Berpikir .....	30
2.7 Operasional Variabel .....	32
2.8 Hipotesis .....	33
2.9 Penelitian Terdahulu .....	34

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Metode Penelitian .....	36
3.2 Populasi dan Sampel .....	36
3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.5 Validitas & Reliabilitas Data .....	41
3.6 Teknik Analisis Data.....	47
3.7 Lokasi & Jadwal Penelitian .....	52

### **BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN**

4.1 Sejarah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa .....	53
4.2 Visi dan Misi .....	57
4.3 Deskripsi Data Penelitian .....	59
4.4 Hasil Penelitian .....	61
4.5 Pembahasan .....	94

### **BAB V PENUTUP**

5.1 Kesimpulan .....	100
5.2 Saran .....	101

### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **Lampiran-lampiran**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Teori Determinasi Teknologi .....	28
Tabel 2.2	Teori Dependensi Efek Komunikasi Massa .....	29
Tabel 2.3	Kerangka Pemikiran .....	32
Tabel 3.1	Jumlah Populasi .....	37
Tabel 3.2	Perhitungan Sampel .....	39
Tabel 3.3	Tingkat Reliabilitas .....	43
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas Variabel X .....	44
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	46
Tabel 3.6	Pengujian Reliabilitas Instrument .....	47
Tabel 3.7	Koefisien Korelasi .....	49
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden .....	61
Tabel 4.2	Asal Fakultas Responden .....	62
Tabel 4.3	Tingkatan Semester Responden .....	63
Tabel 4.4	Frekuensi mahasiswa menggunakan <i>Blackberry</i> .....	64
Tabel 4.5	Frekuensi mahasiswa menggunakan <i>Blackberry</i> <i>Messenger</i> .....	65
Tabel 4.6	Frekuensi menggunakan <i>Blackberry</i> pada jam Perkuliahan .....	66
Tabel 4.7	Durasi menggunakan <i>Blackberry</i> .....	67
Tabel 4.8	Durasi menggunakan <i>Blackberry Messenger</i> .....	68
Tabel 4.9	Fasilitas <i>Blackberry Messenger</i> mudah digunakan .....	69
Tabel 4.10	Fasilitas <i>Blackberry</i> dapat diandalkan .....	70
Tabel 4.11	<i>Blackberry</i> memiliki fitur yang lengkap .....	71
Tabel 4.12	Visualisasi desain <i>Blackberry</i> .....	72
Tabel 4.13	Fasilitas yang ditawarkan <i>Blackberry</i> seperti lebih lengkap .....	73
Tabel 4.14	Pengetahuan mahasiswa terhadap <i>Blackberry</i> .....	74
Tabel 4.15	Pengetahuan mahasiswa akan <i>Blackberry</i> karena merek yang terkenal .....	75

Tabel 4.16	Pandangan tentang ketertarikan mahasiswa menggunakan <i>Blackberry</i> .....	76
Tabel 4.17	Pandangan mahasiswa dalam berpenampilan terasa kurang lengkap apabila tidak menggunakan <i>Blackberry</i> .....	77
Tabel 4.18	Keyakinan akan informasi yang lebih cepat pada <i>Blackberry</i> .....	78
Tabel 4.19	Keyakinan akan mendapatkan informasi yang terbaru pada <i>Blackberry</i> .....	79
Tabel 4.20	Keyakinan akan kepercayaan diri terhadap pengguna <i>Blackberry</i> .....	80
Tabel 4.21	Rasa senang mahasiswa menggunakan <i>Blackberry</i> .....	81
Tabel 4.22	Kebutuhan pemenuhan diri mahasiswa pengguna <i>Blackberry</i> .....	82
Tabel 4.23	Rasa ingin tahu pengguna <i>Blackberry</i> akan sesuatu yang baru .....	83
Tabel 4.24	Memenuhi rasa ingin tahu akan kemajuan teknologi .....	84
Tabel 4.25	Tingkat kecenderungan berperilaku individu pengguna <i>Blackberry Messenger</i> .....	85
Tabel 4.26	Mendahulukan menggunakan <i>Blackberry Messenger</i> dibandingkan berkomunikasi secara tatap muka .....	86
Tabel 4.27	Tingkat kecenderungan bertindak menggunakan <i>Blackberry Messenger</i> secara terus-menerus .....	87
Tabel 4.28	Analisis Korelasi .....	88
Tabel 4.29	Variables Entered/Removed <sup>b</sup> .....	89
Tabel 4.30	Model Summary .....	90
Tabel 4.31	Anova .....	91
Tabel 4.32	Koefisien .....	92

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Dewasa ini *handphone* merupakan sebuah barang yang tidak lagi didominasi oleh masyarakat menengah ke atas. Dinamika *handphone* yang telah menjadi kebutuhan primer untuk menjalin komunikasi yang cepat di kalangan masyarakat menjadikan *handphone* tersebut telah bergeser yang awalnya merupakan kebutuhan sekunder menjadi kebutuhan primer.

Tapi manusia adalah makhluk yang tak pernah puas. Seperti ada yang kurang jika *handphone* hanya bisa dipakai untuk menelepon dan SMS saja. Tentu menyenangkan jika menggunakan *handphone* kita juga bisa mendengarkan siaran radio, memutar MP3, bermain game, serta menonton acara televisi. Maka, fungsi *handphone* pun kini bergeser jauh. Ia tidak lagi sekadar mempermudah komunikasi manusia. *Handphone* masa kini adalah sebuah produk teknologi yang memanjakan gaya hidup dan keinginan manusia yang tak ada habis-habisnya, sehingga dapat membuat perubahan sikap yang terjadi diantara penggunanya.

Fenomena yang belakangan ini mulai menarik terkait dengan penggunaan *handphone* adalah dengan inovasi dari beberapa perusahaan-perusahaan besar untuk melahirkan sebuah *handphone* yang *smart*. *Smartphone* yang mengerti kebutuhan-kebutuhan manusia.

*Blackberry* digemari karena kemampuan *multitask*-nya. Namun, pengguna *Blackberry* di Indonesia ternyata lebih banyak memanfaatkan *handset* canggih itu untuk keperluan *lifestyle*. Di era serba canggih seperti saat ini, sepertinya ada yang kurang seandainya kita tidak punya *handphone*. Memang manusia tidak akan mati hanya karena tidak punya *handphone*. Tapi benda mati yang satu ini telah menyebabkan demikian banyak manusia mengalami ketergantungan kronis.

Fitur-fitur yang menarik disertai dengan kemudahan untuk mengakses informasi yang cepat serta fitur-fitur tertentu yang hanya dimiliki oleh *handphone* ini menyebabkan masyarakat mulai tertarik untuk menggunakannya, tidak terkecuali mahasiswa.

Selain dapat digunakan untuk telepon dan pesan singkat seperti halnya telepon biasa, fasilitas dan kemudahan di *Blackberry* yang kemudian menarik para mahasiswa untuk menggunakan *handphone* yang tergolong *smartphone* ini. Salah satu fitur yang menjadi kelebihan *Blackberry* dari *handphone-handphone* lainnya adalah penggunaan *Blackberry Messenger* (BBM). Ini merupakan salah satu fasilitas yang membuat *Blackberry* memiliki daya tarik yang cukup tinggi. BBM ini merupakan fasilitas *chatting* atau fasilitas percakapan singkat yang disediakan *Blackberry*. Karena fasilitas dan kemudahan yang ditawarkan oleh *Blackberry* pada penggunanya. Pengguna

*Blackberry* di Indonesia sudah menembus angka 1 juta orang sampai dengan bulan Maret 2010 (Kompas, Jumat, 23 April 2010)<sup>1</sup>.

Sedangkan untuk jumlah pengguna *Blackberry* dikalangan mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa berjumlah 43 orang<sup>2</sup>. Hasil ini belum cukup kuat untuk dijadikan sebagai riset penelitian, karena belum dilakukan penghitungan secara menyeluruh. Hasil yang didapat tersebut merupakan hasil pengamatan awal peneliti dengan melakukan riset pada teman-teman komunikasi dan teman pada fakultas lainnya.

Berdasarkan hasil survei *Research in Motion* (RIM) akhir 2010 lalu, secara global pertumbuhan pengguna BBM meroket hingga mencapai 500%. Maka tak mengherankan jika BBM mendapat pencapaian tertinggi untuk kepuasan dari para penggunanya. Berdasarkan paparan Oliver Pilgerstorfer selaku *Senior PR Manager Southeast Asia Research in Motion*, dari jumlah pengguna BBM di dunia, 2/3-nya selalu aktif menggunakan fungsi dari BBM. 1/3 di antaranya digunakan untuk berkomunikasi dengan rekan sepekerjaan. Sementara itu jumlah pengguna *Blackberry* di Indonesia sendiri diperkirakan telah mencapai 3 juta pelanggan.<sup>3</sup>

Boleh dibilang kini masyarakat sudah terbuka untuk menerima suatu inovasi dari teknologi. Ini bisa terlihat dari menjamurnya warung internet atau warnet disudut-sudut kota. Terlebih lagi dengan memiliki *Blackberry*, para pengguna seakan dimanjakan oleh kecanggihan *smartphone* asal Kanada ini.

<sup>1</sup><http://tekno.kompas.com/read/2010/04/23/16372790/Jumlah.Pelanggan.BlackBerry.Naik.Turun> (diakses pada 23 maret 2011)

<sup>2</sup> Pengamatan peneliti selama 3 minggu.

<sup>3</sup> <http://www.mediatren.com/201103241167/news/out-of-topic/pengguna-blackberry-di-indonesia-mencapai-3-juta-orang.html> (diakses pada 23 maret 2011)

Dengan menggunakan *Blackberry*, dimanapun dan kapanpun dapat mengakses internet dan *email*. Aktifitas tentu saja menjadi mudah dan cepat. Hal itu juga yang menimbulkan banyaknya fenomena-fenomena didalam kehidupan masyarakat sehari-hari, misalnya menjadi tidak konsentrasi dalam berkendara, maupun dampak yang berpengaruh pada sikap penggunaanya.

Hal serupa pernah diteliti oleh Noorkholis Ridho, tahun 2010, dari Universitas Paramadina. Dengan judul penelitian "Pengaruh Penggunaan *Blackberry Messenger* Terhadap Kelompok Pertemanan Mahasiswa Universitas Paramadina". Dan hasil penelitiannya sebagai berikut, di dalam kelompok pertemanan mahasiswa Universitas Paramadina ini terdapat perbedaan antara pengguna *Blackberry Messenger* dan bukan pengguna *Blackberry Messenger*, dimana para pengguna *Blackberry Messenger* lebih sering bertukar informasi terhadap teman di dalam kelompok pertemanannya yang sama-sama menggunakan *Blackberry Messenger* karena merasa mudah dan cepat untuk melakukan pertukaran informasi. Sedangkan kepada teman di dalam kelompok pertemanan mereka yang tidak menggunakan *Blackberry Messenger* mereka cenderung berbeda dalam memberikan informasi maupun saling bertukar informasi.<sup>4</sup>

Penggunaan fasilitas *Blackberry* yang semakin berkembang di kalangan mahasiswa ini dapat menimbulkan berbagai macam perubahan sikap dan perilaku di kalangan mahasiswa itu sendiri. Menurut pengamatan peneliti

---

<sup>4</sup> Noorkholis Ridho. 2010. Skripsi. Universitas Paramadina.

mahasiswa lebih memilih untuk berkomunikasi menggunakan *handphone* daripada berkomunikasi dengan teman yang ada disebelahnya.

Hal ini sering kita jumpai dimana saat kita sedang berbicara dengan seseorang, namun orang tersebut sedang sibuk dengan dunianya sendiri, mereka mendengarkan apa yang kita bicarakan namun mereka tetap terfokus dengan kesibukan menggerakkan jari-jarinya diatas *keypad handphone*.

Perkembangan teknologi komunikasi dalam bentuk media massa telah membuat dunia semakin kecil. Tren perubahan gaya hidup di kalangan masyarakat tidak hanya membawa pengaruh globalisasi melainkan juga polarisasi-polarisasi baru yang mendorong dilakukannya reskonstruksiliasi dan refungsionalisasi berbagai bidang kehidupan. Yang dipelajari atau diteliti ilmu komunikasi bukan lagi *commonness* atau kesamaan arti antara komunikator dan komunikan; kegiatannya bukan lagi agar orang mengerti, tetapi lebih dari pada itu, yakni agar orang berubah sikap dan perilakunya. Dan ini bukan menyangkut seorang-dua orang saja, melainkan jutaan, puluhan juta, bahkan ratusan juta manusia.<sup>5</sup>

## **I.2 Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang tersebut, maka masalah yang dapat dirumuskan ialah sebagai berikut: “Pengaruh Fasilitas *Blackberry Messenger* Terhadap Sikap Individu Pada Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa”

---

<sup>5</sup> Onong Uchjana Effendy, 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya. 49

### **I.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka dapat diidentifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana frekuensi penggunaan fasilitas *Blackberry Messenger* pada mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa?
2. Bagaimana sikap individu mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dalam menggunakan fasilitas *Blackberry Messenger*?
3. Bagaimana pengaruh fasilitas *Blackberry Messenger* terhadap sikap individu mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa?

### **I.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui frekuensi penggunaan fasilitas *Blackberry Messenger* pada mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
2. Untuk mengetahui sikap individu mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dalam menggunakan fasilitas *Blackberry Messenger*.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas *Blackberry Messenger* terhadap sikap individu mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

### **I.5 Manfaat penelitian**

#### **I.5.1 Manfaat Teoritis**

Untuk memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu komunikasi massa, Dan mempertimbangkan efek-efeknya, baik itu dari segi positif maupun dari segi negatif.



### I.5.2 Manfaat Praktis

Bahwa dengan penelitian dan hasilnya nanti diharapkan dapat memberikan masukan yang cukup berharga bagi para pengguna maupun masyarakat luas tentang dampak suatu teknologi komunikasi.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Komunikasi Massa**

Tuhan telah menciptakan manusia sebagai makhluk sosial, yang tidak dapat hidup tanpa orang lain dalam memenuhi kebutuhannya. Berbagai macam cara dilakukan oleh manusia, di mana komunikasi menjadi salah satu sarana mutlak keberadaannya, guna mencapai kebutuhan-kebutuhannya tersebut. Di dalam kehidupan sehari-hari kita menemukan peristiwa komunikasi dimana-mana. Dalam ruang lingkup yang lebih rinci, komunikasi disampaikan melalui bahasa atau simbol-simbol tertentu pada orang lain.

Setiap orang yang hidup dalam bermasyarakat, sejak bangun tidur sampai tidur lagi, secara kodrati senantiasa terlibat dalam komunikasi. Terjadinya komunikasi adalah sebagai konsekuensi hubungan sosial (*social relations*). Masyarakat paling sedikit terdiri dari dua orang yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya, karena berhubungan, menimbulkan interaksi sosial (*social interaction*).

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti "sama", *communico*, *communication*, *communicare* yang berarti "membuat sama", yang dimaksud sama di sini

adalah suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan yang dianut secara sama.<sup>6</sup>

Komunikasi juga menekankan kesamaan atau kebersamaan, tanpa komunikasi tidak akan ada yang bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan serta dalam menjelaskan kebersamaan itu. Apabila tidak mempunyai kesamaan suatu pikiran, suatu makna atau suatu pesan yang dianut secara bersama, maka tidak akan terjadi komunikasi.

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media. Dari definisi tersebut tersimpul tujuan, yakni memberi tahu atau mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*), atau perilaku (*behavior*)<sup>7</sup>.

Dari pengertian komunikasi di atas, teknik berkomunikasi adalah cara atau seni penyampaian suatu pesan yang dilakukan oleh komunikator sedemikian rupa, sehingga menimbulkan dampak tertentu pada komunikan. Umumnya bahasa yang paling penting dalam komunikasi adalah bagaimana cara agar suatu pesan yang disampaikan komunikator itu menimbulkan dampak atau efek untuk merespon komunikan sehingga terjadi umpan balik.

---

<sup>6</sup>Deddy Mulyana. 2002. *Ilmu Komunikasi Suatu Pergantian*. Bandung : Remaja Rosdakarya. 41

<sup>7</sup>Onong Uchjana Effendi. 2004. *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya. 5

Sebuah proses komunikasi dapat dikatakan berhasil jika maksud atau makna pesan dari komunikator dapat sampai kepada komunikan dan terjadi umpan balik (*feedback*) sehingga timbul saling pengertian. Apabila komunikasi dipandang dalam arti luas, tidak hanya diartikan sebagai pertukaran berita dan pesan tetapi sebagai kegiatan individu dan kelompok mengenai tukar menukar data, fakta dan ide.

Fungsi komunikasi adalah untuk mempengaruhi (*to influence*), yaitu untuk membujuk, mengajak, komunikasi persuasi dalam pembicaraan agar terbentuk komunikasi satu arah<sup>8</sup>.

Komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat dalam kegiatan sehari-hari terbagi kedalam lima macam. Lima macam komunikasi tersebut yaitu komunikasi organisasi (*organizational communication*), komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*), komunikasi publik (*public communication*), dan komunikasi massa (*mass communication*), komunikasi kelompok kecil (*small group communication*)<sup>9</sup>.

Didalam komunikasi terdapat beberapa unsur penting antara lain ***komunikator*** adalah orang yang menyampaikan pesan ; ***pesan*** adalah pernyataan yang didukung lambang ; ***komunikan*** adalah orang yang menerima pesan ; ***media*** adalah sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh tempatnya atau banyak jumlahnya ; ***efek*** adalah dampak sebagai pengaruh dari pesan<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup> Widjaja, H. A. W. 2002. *Komunikasi, Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta : Bumi Aksara. 27

<sup>9</sup> Hafied Cengara. 2008. *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada. 29

<sup>10</sup> Onong Uchjana Effendy. *Op.Cit.* 6

Terpenting didalam komunikasi ialah bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan komunikator itu menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komunikan. Dampak yang ditimbulkan dapat diklasifikasikan menurut kadarnya, yakni<sup>11</sup> :

- a. Dampak kognitif adalah yang timbul pada komunikan yang menyebabkan dia menjadi tahu atau meningkatkan intelektualitasnya. Tujuan komunikator hanyalah berkisar pada upaya mengubah pikiran dari komunikan.
- b. Dampak afektif lebih tinggi kadarnya daripada dampak kognitif. Tujuan komunikator bukan hanya sekedar supaya komunikan tahu, tetapi tergerak hatinya; menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah, dan sebagainya.
- c. Dampak behavioral yakni dampak yang timbul pada komunikan dalam bentuk prilaku, tindakan, dan kegiatan.

Pengertian komunikasi massa merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran media dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh, sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu<sup>12</sup>.

Dari definisi tersebut dapat diketahui bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa. Jadi sekalipun komunikasi itu disampaikan kepada khalayak yang banyak, seperti rapat akbar dilapangan

---

<sup>11</sup> Ibid. 7

<sup>12</sup> Ardianto, Elvinaro & Lukiati Komala Erdinaya. 2004. *Komunikasi Massa (Suatu Pengantar)*. Bandung : Remaja Rosdakarya. 3

luas di hadiri oleh ribuan, jika tidak menggunakan media massa, maka itu bukan komunikasi massa.

Rosengren (1974) menjelaskan bahwa penggunaan media massa terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media atau dengan media secara keseluruhan<sup>13</sup>.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa penggunaan media massa meliputi frekuensi, durasi dan jenis media yang digunakan. Frekuensi penggunaan media adalah mengukur tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu; berapa kali seminggu seseorang menggunakan dalam satu bulan; serta berapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun<sup>14</sup>.

Definisi frekuensi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kekerapan, keadaan sering; jumlah pemakaian suatu unsur bahasa di suatu teks atau rekaman; jumlah getaran gelombang suara perdetik; jumlah getaran gelombang elektrik perdetik pada gelombang elektromagnetik<sup>15</sup>. Berdasarkan dua definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa arti frekuensi dalam penelitian ini adalah jumlah kekerapan khalayak dalam menggunakan fasilitas *Blackberry*.

---

<sup>13</sup> Jalaludin Rakhmat. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Hal 66.

<sup>14</sup> Elvinaro Ardianto. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hal 168.

<sup>15</sup> Departemen Pendidikan Nasional. 2003. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka.

Sementara durasi ialah lamanya sesuatu berlangsung; rentang waktu; lamanya suatu bunyi diartikulasikan<sup>16</sup>. Durasi penggunaan media ialah berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari); berapa lama (dalam hitungan menit) khalayak mengikuti suatu program<sup>17</sup>.

### 2.1.1 Efek Komunikasi Massa

Efek komunikasi massa bisa dibidang dibagi menjadi beberapa bagian. Secara sederhana Keith R. Stamm dan John E. Bowes membagi kedua bagian dasar<sup>18</sup>:

1. Efek primer (meliputi terpaan, perhatian dan pemahaman)

Bisa dikatakan secara sederhana bahwa efek primer terjadi jika ada orang yang mengatakan telah terjadi proses komunikasi terhadap objek yang dilihatnya.

2. Efek sekunder (meliputi perubahan tingkat kognitif (perubahan pengetahuan dan sikap), dan perilaku (menerima dan memilih))

Termasuk kedalam efek sekunder itu adalah perilaku penerima yang ada di bawah kontrol langsung komunikator.

---

<sup>16</sup> Ibid.

<sup>17</sup> Elvinaro Ardianto. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Hal 168

<sup>18</sup> Nurudin. 2007. *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta : Raja Grafindo Persada. 206

### 2.1.2 Fungsi Komunikasi Massa

Didalam komunikasi massa terdapat beberapa fungsi, antara lain<sup>19</sup> :

#### a. Fungsi informasi

Dapat diartikan bahwa media massa adalah penyebar informasi bagi pembaca, pendengar, atau pemirsa. Berbagai informasi dibutuhkan oleh khalayak media massa yang bersangkutan sesuai dengan kepentingannya. Khalayak sebagai makhluk sosial akan selalu merasa haus akan informasi yang terjadi.

#### b. Fungsi pendidikan

Media massa merupakan sarana pendidikan bagi khalayaknya. Karena media massa menyediakan hal-hal yang sifatnya mendidik. Salah satu cara mendidik yang dilakukan media massa adalah melalui pengajaran nilai, etika, serta aturan-aturan yang berlaku.

#### c. Fungsi mempengaruhi

Fungsi mempengaruhi dari media massa secara implisit terdapat pada tajuk/editorial, feature, iklan, artikel.

#### d. Fungsi meyakinkan

Menurut deVito dalam Elvinaro, fungsi meyakinkan bisa datang dalam bentuk :

---

<sup>19</sup> Elvinaro Ardianto. Op. Cit. 18



1. Mengukuhkan atau memperkuat sikap, kepercayaan atau nilai seseorang,
2. Mengubah sikap, kepercayaan atau nilai seseorang,
3. Menggerakkan seseorang untuk melakukan sesuatu,
4. Memperkenalkan etika atau menawarkan sistem nilai tertentu.

e. Fungsi hiburan

Sulit dibantah lagi bahwa media massa pada kenyataannya menjalankan fungsi hiburan. Tujuannya adalah untuk mengurangi ketegangan pikiran pada khalayak, karena dengan membaca berita ringan atau melihat tayangan hiburan di televisi dapat membuat pikiran khalayak segar kembali.

## 2.2 Teknologi Informasi dan Komunikasi

Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *Information and Communication Technologies* (ICT), adalah payung besar terminologi yang mencakup seluruh peralatan teknis untuk memproses dan menyampaikan informasi. TIK mencakup dua aspek yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Teknologi informasi meliputi segala hal yang berkaitan dengan proses, penggunaan sebagai alat bantu, manipulasi, dan pengelolaan informasi. Sedangkan teknologi komunikasi adalah segala

sesuatu yang berkaitan dengan penggunaan alat bantu untuk memproses dan mentransfer data dari perangkat yang satu ke lainnya.

Definisi teknologi informasi, dijelaskan sebagai berikut :  
"Teknologi informasi adalah segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronik, micro computer, computer mainframe, pembaca barcode, perangkat lunak pemroses transaksi, perangkat lunak lembar kerja (*worksheet*) dan peralatan komunikasi dan jaringan merupakan contoh teknologi informasi"<sup>20</sup>

Sesungguhnya teknologi komunikasi adalah peralatan perangkat keras dalam sebuah struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai social, memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan saling menukar informasi dengan individu-individu lain. Ini menyiratkan bahwa, teknologi komunikasi adalah alat; teknologi komunikasi dilahirkan oleh sebuah struktur ekonomi, sosial, dan politik; teknologi komunikasi membawa nilai-nilai yang berasal dari struktur ekonomi, sosial, dan politik tertentu; teknologi komunikasi meningkatkan kemampuan indra manusia, terutama kemampuan mendengar dan melihat<sup>21</sup>.

Saat ini dunia berada dalam abad informasi. Wujud informasi dan komunikasi massa memiliki nilai yang lebih tinggi dari nilai-nilai lainnya. Bell telah menyebutkan beberapa wujud sistem komunikasi yang dihasilkan oleh kemajuan teknologi antara lain jaringan pengolahan data

---

<sup>20</sup> Munir, 2008. *Kurikulum Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung : Alfabeta. 9.

<sup>21</sup> Ujang Saefullah. 2007. *Kapita Selekta Komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media. 33

yang memungkinkan orang berbelanja cukup dengan menekan tombol-tombol computer dirumah masing-masing; bank informasi dan penelusuran data, yang memungkinkan pemakainya menelusuri informasi yang diperlukan serta memperoleh copy cetaknya dalam sekejap; sistem teleteks, yang menyediakan informasi mengenai segala rupa kebutuhan.

Seperti berita cuaca, informasi financial, iklan terklasifikasi, catalog segala macam produksi dan sebagainya lewat layar televisi dirumah masing-masing; sistem faksimili, yang memungkinkan pengiriman dokumen secara elektronik; jaringan komputer interaktif, yang memungkinkan pihak-pihak berkomunikasi mendiskusikan informasi melalui komputer (internet)<sup>22</sup>.

### **2.2.1 Fasilitas *Blackberry***

Cepatnya perkembangan teknologi menuntut kita untuk selalu dinamis. Jika tidak sigap, bisa dipastikan kita akan tertinggal jauh. Salah satu teknologi yang sedang heboh saat ini yaitu *smartphone Blackberry*. Lima tahun terakhir, indonesia di kejutkan dengan pola komunikasi melalui *handphone*. Media ini jelas akan mempengaruhi perilaku komunikasi masyarakatnya.

Ada beberapa catatan tentang perkembangan baru dalam sistem komunikasi Indonesia, terutama kaitannya dengan penggunaan *handphone*. Komunikasi melalui *handphone* adalah bentuk revolusi

---

<sup>22</sup> Wawan Kuswandi. 2008. *Komunikasi Massa (Analisis Interaktif Budaya Massa)*. Jakarta : Rineka Cipta. 35

komunikasi yang sedang melanda Indonesia. Bahkan para remaja dan anak muda lain saat ini banyak yang menggunakan *handphone*. Ini artinya, *handphone* telah menjadi fenomena baru dalam komunikasi. Komunikasi melalui *handphone* telah menurunkan minat baca masyarakat. Karena masyarakat saat ini lebih senang mengirim dan membaca sms, dibandingkan dengan mereka untuk membaca buku majalah atau koran. Kemudian telah memunculkan praktik bisnis illegal. Seperti halnya banyak bermunculan kasus-kasus penipuan melalui sms. Fenomena komunikasi dengan menggunakan *handphone* tidak mengindahkan etika dalam penggunaannya. Penggunaan *handphone* saat ini lebih digunakan untuk gaya hidup bukan untuk kebutuhan berkomunikasi.<sup>23</sup>

*Blackberry* atau sering disingkat BB, diperkenalkan oleh Negara Kanada tahun 1997 buatan *Research In Motion* (RIM) telah membuat kecanduan para penggunanya di seluruh dunia. Demam BB, ternyata juga menyerang Indonesia. BB tidak hanya menjadi *gadget* pilihan kaum profesional, namun juga kalangan artis, bahkan mahasiswa. Bukan hanya untuk pamer, karena fitur BB yang dicari. Kemampuannya menyampaikan informasi melalui jaringan data nirkabel dari layanan perusahaan telepon genggam mengejutkan dunia.

*Blackberry* pertama kali diperkenalkan di Indonesia pada pertengahan Desember 2004 oleh operator Indosat dan perusahaan

---

<sup>23</sup> Nurudin, 2008. *System Komunikasi Indonesia*. Jakarta : Raja Grafindo Persada. 191

Starhub. Perusahaan Starhub merupakan pengejawantahan dari RIM yang merupakan rekan utama *Blackberry*.<sup>24</sup>

Demamnya BB juga sedikit banyak disebabkan karena menjamurnya jejaring sosial seperti facebook atau twitter. Dengan koneksi internet yang siaga 24 jam, jadi berkomunikasi via internet jadi jauh lebih mudah. Apalagi dengan adanya pandangan masyarakat yang memandang *prestis* jika dapat update status dari *gadget* tertentu. Karena ada juga beberapa alasan mahasiswa menggunakan BB memang sepertinya terobsesi jika bisa menampilkan "update via *Blackberry*"

Dengan menggunakan fasilitas *Blackberry*, penggunanya mengeluarkan uang tambahan untuk biaya aplikasi BB, sehingga pengguna BBM menjadi boros dalam hal keuangan hanya untuk memenuhi fasilitas yang disediakan oleh BB dan menjadikan penggunanya menjadi lebih dikenal didunia pertemanan atau jejaring sosial seperti *facebook* maupun *twitter*.

Salah satu fitur yang menjadi kelebihan *Blackberry* dari *handphone-handphone* lainnya adalah penggunaan *Blackberry Messenger* (BBM). Ini merupakan salah satu fasilitas yang membuat *Blackberry* memiliki daya tarik yang cukup tinggi. BBM ini merupakan fasilitas *chatting* atau fasilitas percakapan singkat yang disediakan *Blackberry*. Fasilitas ini dapat digunakan hanya dengan teman sesama pengguna *Blackberry*, yang di mana penggunaan BBM saling bertukar no PIN

---

<sup>24</sup> Hermawan, Lukman. 2009. Sejarah Blackberry. Gugling.Com. Situs Info Digital Terpercaya. (Online) (<http://gugling.com/sejarah-blackberry.html>, diakses pada 27 Oktober 2010)

*Blackberry* sehingga dapat melakukan komunikasi seperti percakapan singkat lainnya.

Ada beberapa pengaruh BB dalam mengubah sikap mahasiswa. Bukan tidak mungkin sepasang kekasih yang tengah dimabuk asmara pun bisa-bisa saja akan diam seribu bahasa meski berhadapan di meja kafe karena sedang terfokus berkomunikasi lewat *Blackberry*. Produk *handphone* merek *Blackberry* ini menampilkan tampilan yang menarik, pilihan jenis produk yang beragam, aplikasi yang disediakan tersedia cukup lengkap, dan menggunakan *Blackberry* mencerminkan suatu gaya hidup (*life styles*) yang metropolis dan *up to date*. Sebagai pendatang baru, *Blackberry* berusaha untuk menguasai pasarnya.

### **2.3 Sikap Individu**

Sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap seseorang terhadap suatu objek adalah perasaan mendukung atau memihak (positif) maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak (negatif) pada objek tertentu.

Pada hakikatnya sikap adalah tingkah laku seseorang atas suatu rangsangan yang diterimanya. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai<sup>25</sup>. Sikap mahasiswa itulah yang menentukan pengaruh yang terjadi didalam kehidupan mereka sendiri.

---

<sup>25</sup> Jalaludin Rahmat. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Rosdakarya. 40

Sikap merupakan kecenderungan atau pilihan atau situasi yang berkaitan dengan objek dan membuat individu cenderung memberi tanggapan dengan cara tertentu terhadap dari objek satu situasi ke situasi lainnya berdasarkan akumulasi dan evaluasi informasi dan pengalaman seumur hidup<sup>26</sup>

Menurut Jalaludin Rakhmat, faktor-faktor pembentukan sikap atau perubahan sikap antara lain<sup>27</sup> :

a) Motif

Motif adalah sesuatu yang ada pada diri individu yang menggerakkan atau membangkitkan sehingga individu itu berbuat sama. Motif timbul karena adanya kebutuhan (*need*). Kebutuhan dapat dipandang sebagai kekurangan adanya sesuatu, dan menuntut segera pemenuhannya agar mendapatkan keseimbangan.

Motif ada dua, yaitu motif biologis sebagai motif primer dan motif sosiogenis sebagai motif sekunder. Terdapat klasifikasi motif sosiogenis, sebagai berikut:

1. Motif ingin tahu. Setiap manusia berusaha mengerti, menata tentang dunianya. Bahkan ketika informasi yang didapatkan terbatas, mala kita akan membuat kesimpulan sendiri tentang suatu hal.
2. Motif kompetensi. Setiap manusia ingin mendapatkan yang terbaik bagi hidupnya.

---

<sup>26</sup> Schott M Cutlip, Allen H. Center, Glen M. Broom, 2005. *Effective Public Relations*. Jakarta : Tunas Jaya Lestari, 215

<sup>27</sup> Jalaludin Rakhmat. Op. Cit, Hal 38

3. Kebutuhan akan pemenuhan diri. Setiap manusia juga ingin meningkatkan kualitas kehidupannya. Kebutuhan pemenuhan diri juga dapat dilakukan dengan mengembangkan potensi diri, memperkaya pengalaman, dan menjalin hubungan yang humoris dengan orang lain.

b) Sikap

Sherif dan Sherif mengatakan sikap hanyalah motif sosiogenis yang diperoleh melalui proses belajar dan Allport melihat sikap sebagai kesiapan saraf sebelum memberikan respon.

Menurut I. I. Trustone (1946) sikap adalah tingkatan kecenderungan yang bersifat positif atau negatif yang berhubungan dengan objek psikologi. Objek psikologi disini meliputi : simbol, kata-kata, slogan, dan ide. Sedangkan sikap menurut Zimbardo dan Ebbesen adalah suatu predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) terhadap seseorang, ide atau objek yang berisi komponen kognitif, affektif, dan behavior<sup>28</sup>.

Pengertian diatas didukung oleh pendapat yang dikemukakan oleh Sarroff, yang menyatakan bahwa sikap adalah kesediaan untuk beraksi (*disposition to reach*) secara positif (*favorably*) atau secara negatif (*unfavorably*) terhadap objek-objek tertentu.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Abu Ahmadi. 2002. *Psikologi Sosial*. Jakarta : Rineka Cipta. 163

<sup>29</sup> Sarlito Wirawan Sarwono. 2008. *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Hal 102



Sikap dapat pula dibedakan atas; Sikap positif: sikap yang menunjukkan atau memperlihatkan, merima, mengakui, menyetujui, serta melaksanakan norma-norma yang berlaku di mana individu itu berada. Sikap negatif: sikap yang menunjukkan atau memperlihatkan penolakan atau tidak menyetujui terhadap norma-norma yang berlaku di mana individu itu berada.

Sikap positif/negatif ini tentu saja berhubungan dengan norma. Orang tidak akan tahu apakah sikap seseorang itu positif atau negatif tanpa mengetahui norma yang berlaku.

Oleh karena itu untuk menentukan apakah sikap ini positif/ negatif perlu dikonsultasikan dengan norma yang berlaku di situ. Di samping itu masing-masing kelompok atau kesatuan sosial memiliki norma sendiri-sendiri yang mungkin saling berbeda atau bahkan bertentangan. Sikap yang diperlihatkan oleh individu dalam kelompok A dianggap atau dinilai sebagai sikap yang negatif, belum tentu sikap yang sama yang diperlihatkan oleh anggota kelompok B juga dinilai sebagai sikap negatif.

Ahmadi menyatakan sikap positif terhadap kecenderungan untuk mendekati, menyenangkan, dan mengharapkan objek tertentu. Sikap negatif terhadap kecenderungan untuk menjauhi, menghindari, membenci, dan tidak menyukai objek tertentu.<sup>30</sup>

Sherrif mengemukakan bahwa sikap itu dapat dirubah atau dibentuk apabila:<sup>31</sup>

- a. Terdapat hubungan timbal balik yang langsung antar manusia

---

<sup>30</sup> Abu Ahmadi. Psikologi Sosial. Jakarta: Rineka Cipta. Hal 164

<sup>31</sup> ibid. hal 163

b. Adanya komunikasi (yaitu hubungan langsung) dari satu pihak.

Faktor ini pun masih bergantung pula pada adanya:

- a. Sumber penerangan itu memperoleh kepercayaan orang banyak atau tidak
- b. Ragu-ragu atau tidaknya menghadapi fakta dari isi sikap itu sendiri.

Ciri-ciri sikap :<sup>32</sup>

1. Sikap tidak dibawa sejak lahir, tetapi dibentuk atau dipelajarinya sepanjang perkembangan orang itu dalam hubungan dengan objeknya.
2. Sikap dapat berubah-ubah, karena itu sikap dapat dipelajari orang atau sebaliknya, sikap dapat dipelajari sehingga sikap dapat berubah pada seseorang bila terdapat keadaan-keadaan tertentu yang mempermudah berubahnya sikap pada orang itu.
3. Sikap tidak berdiri sendiri, tetapi senantiasa mengandung relasi tertentu terhadap suatu objek.
4. Sikap mempunyai segi motivasi dan segi perasaan.

Sikap mengandung komponen kognitif, afektif, dan juga konatif. Yaitu *komponen kognitif* (komponen perseptual), yaitu komponen yang berkaitan dengan pengetahuan, pandangan, keyakinan, yaitu hal-hal yang

---

<sup>32</sup> W. A Gerungan. 2004. *Psikologi Sosial*. Bandung : Aditama. 163

berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsi terhadap suatu objek sikap.

*Komponen afektif* (komponen emosional), yaitu komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap objek sikap. Komponen afektif terdiri dari, motif sosiogenis (motif ingin tahu, motif kompetensi, motif harga diri, kebutuhan akan nilai, kebutuhan akan pemenuhan diri), sikap (positif atau negatif), emosi (senang, marah, sedih, kecewa, malu).

*Komponen konatif* (komponen perilaku), yaitu komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Komponen ini menunjukkan intensitas sikap, yaitu menunjukkan besar kecilnya kecenderungan bertindak atau berperilaku seseorang terhadap objek sikap<sup>33</sup>.

Komponen konatif dalam struktur sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. Kaitan ini didasari atas asumsi bahwa kepercayaan dan perasaan banyak mempengaruhi perilaku. Maksudnya bagaimana orang berperilaku dalam situasi tertentu dan terhadap stimulus tertentu akan banyak ditentukan oleh bagaimana kepercayaan dan perasaan terhadap stimulus tersebut<sup>34</sup>.

Semua pengertian sikap dan komponen sikap sudah diterima secara umum oleh kita semua, sedangkan pada penelitian ini, peneliti hanya melihat

---

<sup>33</sup> Bimo Walgito. 2002. *Psikologi Sosial (Suatu Pengantar)*. Yogyakarta : ANDI Yogyakarta. 111

<sup>34</sup> Saifudin Awar. 2007. *Sikap Manusia Teori dan Praktek*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar. 27

sikap pada taraf afeksinya saja, atau hanya menilai sikap yang mengarah pada positif dan negative terhadap objek sikap.

Sikap individu hanya dimiliki secara pribadi seseorang. Objeknya pun bukan merupakan objek sosial. Misalnya: Sikap yang berupa kesenangan akan sesuatu yang ada dalam fikiran seseorang. Fasilitas yang diberikan oleh *Blackberry* membuat para penggunanya lebih cenderung ke dalam sikap individu, mereka lebih mementingkan berkomunikasi melalui *Blackberry Messenger* di bandingkan berkomunikasi secara langsung.

Mahasiswa yang sedang menggenggam *Blackberry* dan berjalan diantara teman-temannya yang sesama pengguna *Blackberry* maupun bukan pengguna *Blackberry*, akan merasa percaya diri. Karena mereka beranggapan bahwa, saat ini yang sedang menjadi trend ialah dengan menggunakan *handphone* bermerek *Blackberry*.

Bersikap hening dalam diri sendiri sehingga mampu mendengarkan bisa jadi sulit dilakukan. ketika kita bisa mendengarkan, percakapan menjadi mudah. Saat kepala kita terus memikirkan kalimat yang diucapkan selanjutnya, kita kehilangan alur pembicaraan dan tidak sanggup mengikutinya.

Selain kepercayaan diri yang di dapat oleh para pengguna BB di kalangan mahasiswa, status sosial yang disandangnya pun akan berubah sesuai dengan apa yang di gunakan dalam kehidupan sehari-hari. Selayaknya status sosial merupakan penghargaan masyarakat atas prestasi yang di capai oleh seseorang. Jika seseorang telah mencapai suatu prestasi tertentu, ia layak di

tempatkan pada lapisan tertentu dalam masyarakatnya. Semua orang diharapkan mempunyai kesempatan yang sama untuk meraih prestasi, dan melahirkan kompetisi untuk meraihnya. Orang yang punya status tertentu, kerap kali dihubung-hubungkan dengan gaya hidup. Gaya hidup adalah istilah menyeluruh yang meliputi cita rasa seseorang didalam fashion, mobil, hiburan, dan rekreasi, bacaan.<sup>35</sup>

#### **2.4 Teori Determinasi Teknologi**

Teori ini dikemukakan oleh Marshall McLuhan pertama kali pada tahun 1962. Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi diberbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri.<sup>36</sup>

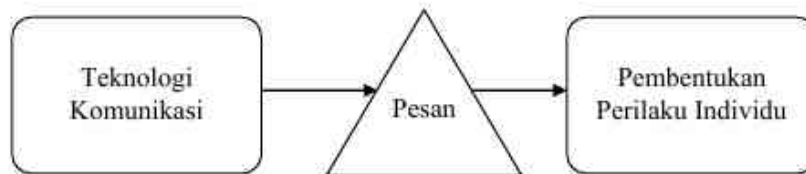
Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat, dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi lainnya. McLuhan berpikir bahwa budaya kita dibentuk oleh bagaimana cara kita berkomunikasi. Paling tidak, ada beberapa tahapan yang layak disimak, antara lain : penemuan dalam teknologi komunikasi menyebabkan perubahan budaya ; perubahan didalam jenis-jenis komunikasi akhirnya membentuk kehidupan manusia ; kita membentuk peralatan untuk berkomunikasi, dan akhirnya peralatan untuk berkomunikasi yang kita gunakan, membentuk atau mempengaruhi kehidupan kita sendiri.

---

<sup>35</sup> Sobur, Alex. 2004. Semiotika komunikasi. Bandung : remaja rosdakarya. 167

<sup>36</sup> Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Rajagrafindo Persada. 185

**Gambar 2.1**  
**Teori Determinasi Teknologi**  
**Sumber: Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*.**  
**2007. 185**  
**Ilustrasi gambar: Olahan Peneliti**



Kita belajar, merasa dan berpikir terhadap apa yang akan kita lakukan karena pesan yang diterima teknologi komunikasi menyediakan untuk itu. Artinya, teknologi komunikasi menyediakan pesan dan membentuk perilaku kita sendiri.

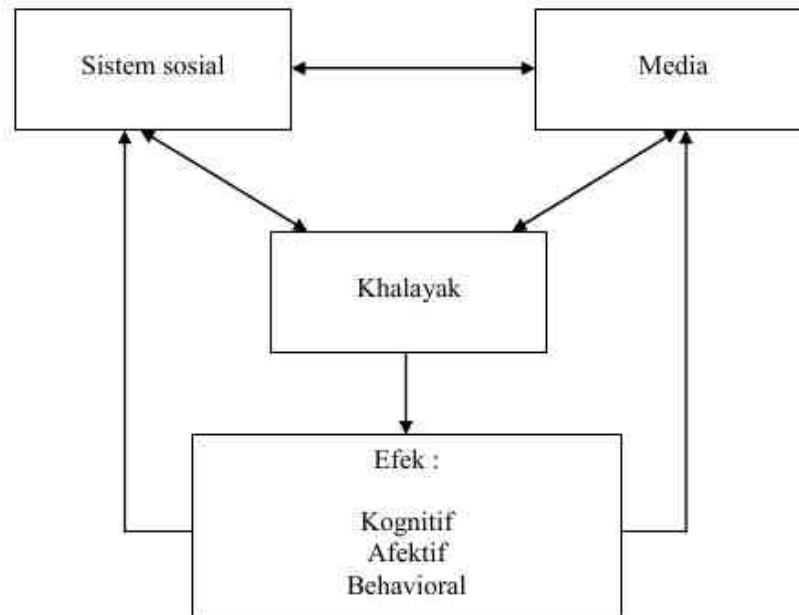
## **2.5 Teori Dependensi Efek Komunikasi Massa**

Teori yang dikembangkan oleh Sandra Ball – Rokeach dan Melvin L. DeFleur memfokuskan perhatiannya pada kondisi structural suatu masyarakat yang mengatur kecenderungan terjadinya suatu efek media massa.<sup>37</sup>

Teori ini pada dasarnya merupakan suatu pendekatan struktur sosial yang berangkat dari gagasan mengenai sifat suatu masyarakat modern (atau masyarakat massa), dimana media massa dapat dianggap sebagai sistem informasi yang memiliki peran penting dalam proses pemeliharaan, perubahan, konflik pada tataran masyarakat, kelompok atau individu dalam aktivitas sosial.

<sup>37</sup> Burhan Bungin, 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 282

**Gambar 2.2**  
**Teori Dependensi Efek Komunikasi Massa**  
**Sumber : Burhan Bungin. *Sosiologi Komunikasi*.**  
**2008: 282**  
**Ilustrasi gambar : Olahan peneliti**



Pembahasan lebih lanjut mengenai teori ini ditujukan pada jenis-jenis efek yang dapat dipelajari melalui teori ini. secara ringkas kajian terhadap efek tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

- a. Kognitif, menciptakan atau menghilangkan ambiguitas, pembentukan sikap, agenda-setting, perluasan sistem keyakinan masyarakat, penegasan/penjelasan nilai-nilai;
- b. Afeksi, menciptakan ketakutan atau kecemasan, dan meningkatkan atau menurunkan dukungan moral;

c. Behavioral, mengaktifkan atau menggerakkan atau meredakan, pembentukan isi tertentu atau penyelesaiannya, menjangkau atau menyediakan strategi untuk suatu aktivitas serta menyebabkan perilaku dermawan.

## 2.6 Kerangka Teori

Dinamika *handphone* yang telah menjadi kebutuhan primer untuk menjalin komunikasi yang cepat di kalangan masyarakat menjadikan *handphone* tersebut telah bergeser yang awalnya merupakan kebutuhan sekunder menjadi kebutuhan primer.

*Handphone* masa kini adalah sebuah produk teknologi yang memanjakan gaya hidup dan keinginan manusia yang tak ada habis-habisnya, sehingga dapat membuat perubahan sikap yang terjadi diantara penggunanya.

*Blackberry* digemari karena kemampuan *multitask*-nya. Fitur-fitur yang menarik disertai dengan kemudahan untuk mengakses informasi yang cepat serta fitur-fitur tertentu yang hanya dimiliki oleh *handphone* ini menyebabkan masyarakat mulai tertarik untuk menggunakannya, tidak terkecuali mahasiswa.

Salah satu fitur yang menjadi kelebihan *Blackberry* dari *handphone-handphone* lainnya adalah penggunaan *Blackberry Messenger* (BBM). Ini merupakan salah satu fasilitas yang membuat *Blackberry* memiliki daya tarik yang cukup tinggi. BBM ini merupakan fasilitas *chatting* atau fasilitas percakapan singkat yang disediakan *Blackberry*. Dengan menggunakan



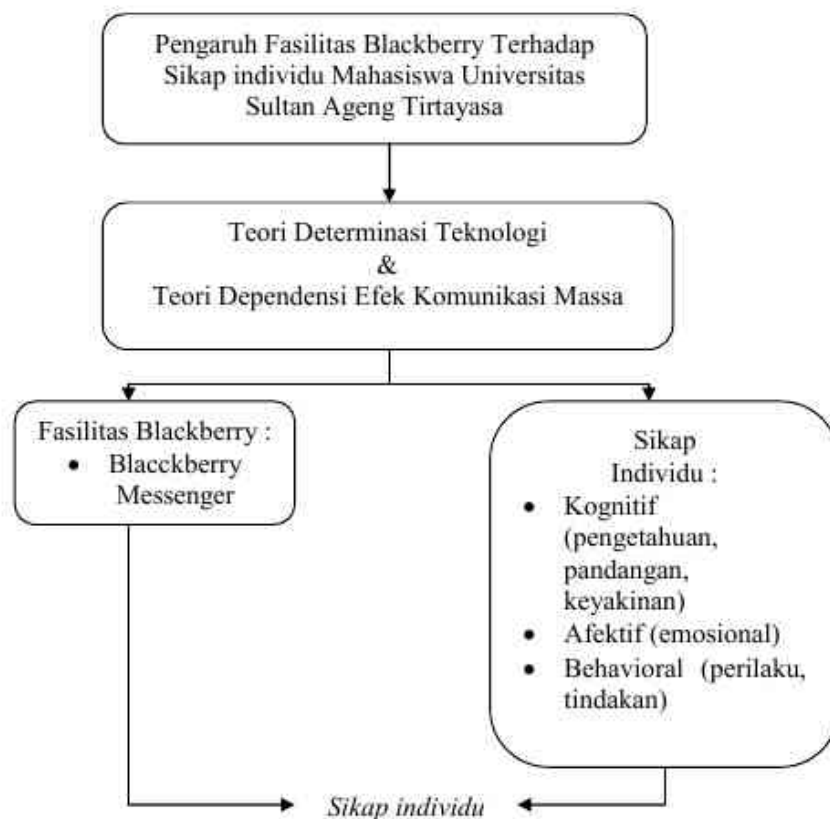
*Blackberry*, dimanapun dan kapanpun dapat mengakses internet dan *email*. Aktifitas tentu saja menjadi mudah dan cepat. Hal itu juga yang menimbulkan banyaknya fenomena-fenomena didalam kehidupan masyarakat sehari-hari, misalnya menjadi tidak konsentrasi dalam berkendara, maupun dampak yang berpengaruh pada sikap penggunanya.

Penggunaan fasilitas *Blackberry* yang semakin berkembang di kalangan mahasiswa ini dapat menimbulkan berbagai macam perubahan sikap dan perilaku di kalangan mahasiswa itu sendiri. Mahasiswa lebih memilih untuk berkomunikasi menggunakan *handphone* daripada berkomunikasi dengan teman yang ada disebelahnya. Hal ini sering kita jumpai dimana saat kita sedang berbicara dengan seseorang, namun orang tersebut sedang sibuk dengan dunianya sendiri, mereka mendengarkan apa yang kita bicarakan namun mereka tetap terfokus dengan kesibukan menggerakkan jari-jemarinya diatas *keypad handphone*.

Perkembangan teknologi komunikasi dalam bentuk media massa telah membuat dunia semakin kecil. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat, dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi lainnya. Pendekatan struktur sosial yang berangkat dari gagasan mengenai sifat suatu masyarakat modern (atau masyarakat massa), dimana media massa dapat dianggap sebagai sistem informasi yang mengatur kecenderungan terjadinya suatu efek media massa. Terutama pada efek kognitif, efektif, dan behavioral.

Berdasarkan latar belakang dan landasan teori yang telah dikemukakan, maka kerangka pemikiran peneliti dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2.3**  
**Kerangka Pemikiran**  
Sumber: Olahan peneliti



## 2.7 Operasional Variabel

Sebuah konsep harus dioperasionalkan, agar dapat diukur. Proses ini disebut dengan oprasionalisasi konsep atau definisi operasional. Hasilnya berupa variabel beserta indikator-indikator pengukurannya<sup>38</sup>.

<sup>38</sup> Rachmat Kriyantono. Op Cit. Hal 26

Variabel dalam penelitian ini adalah fasilitas *Blackberry* (X) dan sikap (Y). Untuk mengetahui beberapa dimensi yang terdapat dalam variabel penelitian ini, maka dilakukan operasionalisasi sebagai berikut:

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala	Pertanyaan
Fasilitas <i>Blackberry Messenger</i> (X)	<b>BBM (<i>Blackberry Messenger</i>) fasilitas chatting atau fasilitas percakapan yang disediakan <i>Blackberry</i></b>	1. Frekuensi penggunaan fasilitas <i>Blackberry Messenger</i>	Interval	1-3
		2. Durasi penggunaan fasilitas <i>Blackberry Messenger</i>	Interval	4-5
		3. Jenis aplikasi fasilitas atau isi <i>Blackberry Messenger</i>	Interval	6-10
Sikap individu (Y)	<b>1. Kognitif</b> Komponen yang berhubungan dengan bagaimana orang mempersepsi terhadap suatu objek sikap	2. Pengetahuan.	Interval	11-17
		3. Pandangan.	Interval	
		4. Keyakinan.	Interval	
	<b>2. Afeksi</b> Komponen yang berhubungan dengan rasa senang atau tidak senang terhadap suatu objek sikap	1. Rasa senang	Interval	18-21
		2. Kebutuhan akan pemenuhan diri	Interval	
		3. Rasa ingin tahu	Interval	
	<b>3. Konatif</b> Komponen yang berhubungan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap	1. Kecenderungan berperilaku	Interval	22-24
		2. Kecenderungan bertindak	Interval	

## 2.8 Hipotesis

Hipotesis adalah pendapat yang kurang, maksudnya bahwa hipotesis ini merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji terlebih dahulu dan karenanya bersifat sementara atau dugaan awal<sup>39</sup>.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah : **“Ada pengaruh antara fasilitas *Blackberry* terhadap sikap individu mahasiswa”**. Adapun kriteria penerimaannya adalah:

- Ho = Tidak ada pengaruh antara fasilitas *Blackberry* terhadap sikap individu mahasiswa.
- Ha = Ada pengaruh antara fasilitas *Blackberry* terhadap sikap individu mahasiswa.

## 2.9 Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini dicantumkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti lain. Dengan judul penelitian “Pengaruh Penggunaan *Blackberry* Messenger Terhadap Kelompok Pertemanan Mahasiswa Universitas Paramadina”. Dibuat oleh Noorkholis Ridho, tahun 2010.

Metode penelitian yang dilakukan penulis adalah menggunakan metode penelitian kualitatif. Teori yang digunakan dalam melihat pengaruh *Blackberry* messenger terhadap kelompok pertemanan mahasiswa adalah teori kebutuhan manusia. Teori ini beranggapan bahwa kebutuhan masyarakat yang sangat tinggi terhadap alat komunikasi yang cepat dan

---

<sup>39</sup> Rachmat Kriyantono. Op Cit. hal 28

memiliki fitur-fitur yang lain. Dimana masyarakat senantiasa rela untuk mengeluarkan jumlah yang cukup besar untuk membeli suatu alat komunikasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini akan berdampak terhadap perilaku masyarakat tersebut dalam kehidupan sehari-hari baik terhadap lingkungan sekitar maupun kelompok pertemanannya.

Hasil penelitiannya ialah didalam kelompok pertemanan mahasiswa Universitas Paramadina ini terdapat perbedaan antara pengguna *Blackberry Messenger* dan bukan pengguna *Blackberry Messenger*, dimana para pengguna *Blackberry Messenger* lebih sering bertukar informasi terhadap teman di dalam kelompok pertemanannya yang sama-sama menggunakan *Blackberry Messenger* karena merasa mudah dan cepat untuk melakukan pertukaran informasi. Sedangkan kepada teman di dalam kelompok pertemanan mereka yang tidak menggunakan *Blackberry Messenger* mereka cenderung berbeda dalam memberikan informasi maupun saling bertukar informasi.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Metode Penelitian**

Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan.<sup>40</sup> Dengan demikian tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Peneliti lebih mementingkan aspek keluasaan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi. Dalam riset kuantitatif, peneliti dituntut bersikap objektif dan memisahkan diri dari data.

Peneliti menggunakan metode eksplanatif. Survey eksplanatif digunakan bila peneliti ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu. Periset tidak sekedar menggambarkan terjadinya fenomena tapi telah mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan apa pengaruhnya. Dengan kata lain, peneliti ingin menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variable.

#### **3.2 Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

---

<sup>40</sup> Rachmat Kriyantono. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group. 55

Populasi merupakan bagian integral yang tidak bisa dipisahkan dari penelitian. Populasi adalah jumlah keseluruhan objek yang dapat terdiri dari manusia, benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala, nilai-nilai atau peristiwa, sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu dalam penelitian.<sup>41</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, yang melingkupi mahasiswa dari berbagai fakultas yang ada di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, yaitu Fakultas Teknik, FISIP (Ilmu Sosial dan Ilmu Politik), Fakultas Pertanian, Fakultas Ekonomi, FKIP (Keguruan dan Ilmu Pendidikan), dan Fakultas Hukum.

**Table 3.1**

**Jumlah mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa<sup>42</sup>**

<b>Fakultas</b>	<b>Jumlah</b>
F. HUKUM	976 mahasiswa
F. KIP	3845 mahasiswa
F. TEKNIK	2282 mahasiswa
F. PERTANIAN	983 mahasiswa
F. EKONOMI	2527 mahasiswa
F. ISIP	1331 mahasiswa
JUMLAH	11.944 mahasiswa

Sampel, secara sederhana diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data sebenarnya dalam penelitian, dengan kata lain

<sup>41</sup> Nawawi, Hadari. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Unv pers. 141

<sup>42</sup> BAAKSPSI. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati.<sup>43</sup>

Yang dijadikan sebagai sampel dari penelitian ini adalah: Mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa pengguna *Blackberry Messenger*.

### 3.3 Teknik Penarikan Sampel

Untuk teknik sampling yang digunakan, peneliti memilih teknik sampling probabilitas. Yang dimaksud probabilitas adalah sampel melalui teknik random (acak). Sampel probabilitas yaitu sampel yang ditarik berdasarkan probabilitas di mana setiap unsur populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk dipilih melalui perhitungan secara sistematis. Peneliti menggunakan purposive random sampling<sup>44</sup>. Kategori dalam penelitian ini berdasarkan fakultas yang berada pada lingkup Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Jenis sampling yang digunakan ialah proporsional stratified sampling, yaitu dari setiap strata diambil jumlah yang proporsional dengan besar setiap strata.

Sampel diambil berdasarkan ketentuan presisi ditetapkan di antara  $\pm 10\%$  dengan ketentuan besarnya sampel pada tingkat kesalahan 0,1 dan tingkat kepercayaan (*reliability*) 90%.

Dengan menggunakan rumus sederhana di bawah ini :

---

<sup>43</sup> Sugiyono. 2002. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta. 55

<sup>44</sup> Rachmat Kriyantono. Op Cit. Hal 153



$$n = \frac{N}{Nd^2+1}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi = 11.944 orang

d = presisi/tingkat kesalahan (10%) = 0,1

$$n = \frac{N}{Nd^2+1}$$

$$n = \frac{11.944}{120,44 (0,1^2) + 1}$$

$$n = \frac{11.944}{120,44}$$

$$n = 99,16$$

Berdasarkan rumus Yamane diperoleh sampel sebanyak *Sembilan puluh sembilan*. Sehingga akan diperoleh data untuk penarikan sampel pada tiap fakultas.

**Tabel 3.2**

**Penghitungan purposive random sampling**

No	Fakultas	Ukuran Populasi	Cara Penghitungan Sampel	Jumlah Sampel
1	F. Hukum	976	$976 \div 11944 \times 99 = 8,08$	8
2	F. KIP	3845	$3845 \div 11944 \times 99 = 31,86$	32
3	F. Teknik	2282	$2282 \div 11944 \times 99 = 18,91$	19
4	F. Pertanian	983	$983 \div 11944 \times 99 = 8,14$	8
5	F. Ekonomi	2527	$2527 \div 11944 \times 99 = 20,94$	21
6	F. ISIP	1331	$1331 \div 11944 \times 99 = 11,03$	11
Jumlah Sampel		11944	98,96	99

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian yang akan dilakukan ini data diklasifikasikan menjadi dua yaitu, data primer dan data sekunder<sup>45</sup>.

#### 1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan.

#### 2. Data sekunder

Data yang diperoleh secara tidak langsung. Dapat diperoleh juga melalui data dari pihak Universitas untuk jumlah mahasiswa. Data sekunder umumnya berbentuk catatan atau laporan dokumentasi oleh lembaga tertentu yang dipublikasikan.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu kuisioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas, Kuisioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet<sup>46</sup>.

Peneliti menggunakan skala Likert dengan pilihan jawaban sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Pilihan jawaban ragu-

---

<sup>45</sup> Rachmat Kriyantono. Op Cit. hal 41

<sup>46</sup> Sugiyono. 2010. *Strategi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta, 140

ragu atau netral di hilangkan oleh peneliti dengan berbagai pertimbangan. Salah satunya ialah pilihan jawaban ragu-ragu merupakan sikap yang tidak pasti dan dapat membingungkan, oleh sebab itu peneliti menghilangkannya.

Ahli lain menjelaskan bahwa pemilihan kategori tengah menunjukkan keengganan responden untuk memilih arah tanggapan terhadap pernyataan. Bisa jadi mereka memilih respons tengah karena kesulitan menginterpretasi butir pernyataan (Gold-berg, 1981). Yang et al. (2002) menemukan bahwa responden cenderung memilih kategori tengah ketika mendapati butir yang sulit dipahami. Kesimpulan. Skor skala bisa menjadi bias jika responden yang cenderung memilih kategori tengah, dikarenakan tidak memahami butir dan merasa tidak nyaman dengan pernyataan yang diberikan. Oleh karena itu bagi peneliti, menyusun butir yang mudah dipahami dan membangun interaksi yang hangat dengan responden agar mereka merasa tidak terintervensi.<sup>47</sup>

### **3.5 Validitas & Reliabilitas Data**

Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah. Sebuah instrument dikatakan valid apabila mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang

---

<sup>47</sup> <http://plo-psikologi.ugm.ac.id/images/foto/CF73325448518165-15254.pdf> (diakses pada 19 Juli 2011)

terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.

Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan olah data dengan menggunakan SPSS 17, untuk memperoleh nilai uji validitas.

- Kriteria penerimaan uji validitas

Untuk menguji apakah keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dikatakan valid atau tidak valid dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika nilai koefisien korelasi  $> 0,3$  dan tingkat signifikan  $\leq 0,05$  dapat dikatan valid.
2. Jika nilai koefisien korelasi  $< 0,3$  dan tingkat signifikan  $\geq 0,05$  dapat dikatakan tidak valid.

Alat ukur disebut reliabel bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama, walau digunakan berulang kali. Instrument yang sudah dapat dipercaya yaitu reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila data memang benar sesuai dengan kenyataan, maka beberapa kali pun diambil tetap akan sama. Reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut stabil (tidak berubah-ubah), dapat diandalkan (*dependent*), dan tetap/ajeg (*consistent*)<sup>48</sup>.

---

<sup>48</sup> Rachmat Kriyantono. Op Cit. Hal 143

Untuk memperoleh nilai uji reliabilitas, dalam penelitian ini peneliti menggunakan olah data melalui metode SPSS, dan untuk mengetahui nilai uji reliabilitas.

**Tabel 3.3**<sup>49</sup>

**Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha**

Nilai Alpha	Tingkat Reliabilitas
0.00 – 0.20	Kurang Reliabel
< 0.20 – 0.40	Agak Reliabel
< 0.40 – 0.60	Cukup Reliabel
< 0.60 – 0.80	Reliabel
< 0.80 – 1.00	Sangat Reliabel

- Kriteria penerimaan uji reliabilitas

Untuk menguji apakah keputusan pada sebuah butir pertanyaan dapat dikatakan reliabel atau tidak reliabel , dengan kriteria sebagai berikut :

1. Jika  $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$  maka dapat dikatakan reliabel.
2. Jika  $r_{\alpha} < r_{\text{tabel}}$  maka dapat dikatakan tidak reliabel.

### 3.5.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap penelitian ini. Didalam penelitian ini, peneliti menguji dengan menggunakan program aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 17. Uji validitas ini dilakukan untuk memastikan bahwa masing-

<sup>49</sup> Triton P.B, 2006, *Terapan Riset Statistik Parametrik*, Yogyakarta: Andi Offset, hlm. 248.

masing pertanyaan akan terklarifikasi pada variabel-variabel yang telah ditetapkan.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik korelasi (*Correlation*) yaitu dengan membandingkan koefisien Korelasi ( $r_{x,y}$ ) dengan  $r_{tabel}$ . Dengan jumlah data dalam penelitian ( N ) sebanyak 30 responden, dengan pengujian 2 sisi (*two tailed test*) dan taraf kepercayaan atau signifikansi 95%.

**Tabel 3.4**  
**Hasil Uji Validitas Fasilitas *Blackberry* (Variabel X)**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pert_1	66.63	43.757	.525	.740
Pert_2	66.93	42.064	.499	.732
Pert_3	66.67	43.195	.593	.736
Pert_4	67.27	40.271	.690	.716
Pert_5	67.10	42.507	.513	.733
Pert_6	66.83	42.351	.535	.732
Pert_7	66.77	42.461	.635	.730
Pert_8	67.07	42.478	.453	.735
Pert_9	67.27	40.271	.690	.716
Pert_10	66.90	42.576	.490	.734
Tot_X	35.23	11.633	1.000	.812

Menentukan besarnya nilai  $r_{tabel}$  dengan ketentuan derajat kebebasan ( $dk$ ) = jumlah sampel - 2 atau  $30 - 2 = 28$  dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, angkanya = 0,361 yang terdapat dalam tabel nilai-nilai  $r$  *product moment*.

Hasil analisis tersebut menunjukkan semua item pertanyaan memenuhi syarat validitas, maka penulis tidak mengeluarkan item pertanyaan tersebut.

Nilai  $r_{alpha}$  variabel X (Fasilitas *Blackberry*) sebagai berikut:

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.751	11

Hasil output SPSS yang terdiri dari 9 pertanyaan dalam variable X menunjukkan tabel *reability coefficients* yang terlihat sebagai *Cronbach's Alpha*  $0,751 > 0,350$ . Dapat disimpulkan bahwa konstruk pertanyaan tersebut adalah reliabel.

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas pada variabel X (Fasilitas *Blackberry*), kemudian peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas kembali pada variabel Y (Sikap individu), maka diperoleh hasil dari perhitungan SPSS sebagai berikut:

**Tabel 3.5****Hasil Uji Validitas Sikap individu (Variabel Y)**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pert_11	87.60	143.834	.701	.709
Pert_12	87.53	152.464	.541	.726
Pert_13	87.03	154.585	.520	.730
Pert_14	87.03	154.585	.520	.730
Pert_15	87.27	152.961	.459	.728
Pert_16	87.63	146.861	.485	.719
Pert_17	88.23	148.806	.486	.721
Pert_18	87.80	152.166	.358	.729
Pert_19	87.60	143.834	.701	.709
Pert_20	87.53	152.464	.541	.726
Pert_21	87.53	152.464	.541	.726
Pert_22	87.43	156.461	.377	.734
Pert_23	87.63	146.861	.485	.719
Pert_24	87.03	154.585	.520	.730
Tot_Y	45.37	40.447	1.000	.819

Sumber : Data SPSS yang telah diolah

Menentukan besarnya nilai  $r_{tabel}$  dengan ketentuan derajat kebebasan ( $dk$ ) = jumlah sampel - 2 atau  $30 - 2 = 28$  dengan tingkat signifikansi sebesar 5%, angkanya = 0,361 yang terdapat dalam tabel nilai-nilai *r product moment*.

Hasil analisis tersebut menunjukkan semua item pertanyaan memenuhi syarat validitas, maka penulis tidak mengeluarkan item pertanyaan tersebut.



Nilai  $r_{\alpha}$  variabel Y (Sikap individu) sebagai berikut:

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	15

Hasil output SPSS yang terdiri dari 12 pertanyaan dalam variable Y menunjukkan tabel *reability coefficients* yang terlihat sebagai *Cronbach's Alpha* 0,739 > 0,350. Dapat disimpulkan bahwa konstruk pertanyaan tersebut adalah reliabel.

**Tabel 3.6**  
**Pengujian Reliabilitas Instrument**

Nama Variabel	Nilai $r_{\alpha}$	Nilai $r_{\text{tabel}}$	Kesimpulan
Fasilitas <i>Blackberry</i>	0,751	0,350	Reliabel
Sikap individu	0,739	0,350	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

### 3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dimaksud untuk menganalisis data berdasarkan hasil catatan lapangan atau dari sumber informasi yang diperoleh. Setelah data terkumpul maka dilakukanlah pengaturan, mengurutkan, mengelompokkan, dan mengkategorikannya, sehingga dapat dijadikan suatu tuntunan analisis. Sedangkan data yang diperoleh dari penyebaran angket untuk selanjutnya diolah dengan menggunakan rumus statistik.

Analisis yang dilakukan oleh peneliti ialah menggunakan analisis bivariat. Analisis ini untuk melihat hubungan dua variabel. Kedua variabel tersebut merupakan variabel pokok, yaitu variabel pengaruh (bebas) dan variabel terpengaruh (tak bebas). Hubungan antar variabel ini mempunyai beberapa kemungkinan :

- Simetris. Ada hubungan tetapi sifat hubungan adalah simetris, yaitu tidak saling mempengaruhi.
- Dua variabel mempunyai hubungan dan saling mempengaruhi.
- Asimetris. Sebuah variabel mempengaruhi variabel yang lainnya atau sebuah variabel berubah disebabkan variabel yang lain.

### 3.6.1 Pengujian Koefisien Korelasi

Penulis menggunakan rumus atau teknik statistik *Pearson's Correlation (Product Moment)*. *Pearson's Correlation* ini digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel/data/skala interval lainnya. Teknik ini digunakan tanpa melihat apakah suatu variabel tertentu tergantung kepada variabelnya. Simbol korelasi product moment ditulis dengan huruf "r". Untuk mempermudah peneliti menggunakan aplikasi SPSS 17, rumus Korelasi *Product Moment* adalah :<sup>50</sup>

$$r = \frac{N\sum XY - \sum X\sum Y}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Di mana :

r = koefisien korelasi *Pearson's Product Moment*

N = jumlah individu dalam sampel

---

<sup>50</sup> *ibid*, hlm.173-174.

X = angka mentah untuk variabel X

Y = angka mentah variabel Y

Menafsirkan harga koefisien korelasi dengan kriteria sebagai berikut :

**Tabel 3.7**  
**Koefisien Korelasi<sup>51</sup>**

<b>Koefisien Korelasi</b>	<b>Hubungan Antar Variabel</b>
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
> 0.20 – 0.399	Rendah
> 0.40 – 0.599	Sedang
> 0.60 – 0.799	Kuat
> 0.80 – 1.00	Sangat Kuat

### 3.6.2 Pengujian Koefisien Determinasi

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh fasilitas *Blackberry* (X) terhadap sikap mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Y), menggunakan koefisien determinasi, dengan rumus sebagai berikut :<sup>52</sup>

$$Kd = r^2 \times 100 \%$$

Dimana :

Kd = Koefisien determinasi

$r^2$  = Koefisien korelasi

<sup>51</sup> Rachmat Kriyantono. 2009. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Kencana Prenada Media Group. Hal 171

<sup>52</sup> Sugiyono, *Op.cit*, 2007, hlm. 215.

Untuk mempermudah dalam proses perhitungan peneliti menggunakan program SPSS versi 17.

### 3.6.3 Analisis Regresi

Setelah melakukan serangkaian pengujian korelasi, jika terdapat hubungan didalam penelitian ini, maka akan dilanjutkan pada tahap analisis regresi. Analisis regresi adalah analisis persamaan garis yang diperoleh berdasarkan perhitungan-perhitungan statistika, umumnya disebut model, untuk mengetahui bagaimana perbedaan sebuah variabel mempengaruhi variabel lainnya.<sup>53</sup> Analisis regresi dilakukan jika korelasi antara dua variabel mempunyai hubungan kausal (sebab akibat) dan hubungan fungsional.

Peneliti juga menggunakan analisis regresi. Setiap analisis regresi dipastikan terdapat korelasinya. Tetapi, belum tentu korelasi dapat dilanjutkan dengan regresi. Analisis regresi dilakukan jika korelasi antara dua variabel mempunyai hubungan kausal (sebab akibat) atau hubungan fungsional. Menurut Mustikoweni dalam Rahmat Kriyantono, regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan, sedangkan analisis korelasi bertujuan untuk mencari derajat keeratan hubungan dua variabel atau lebih<sup>54</sup>.

Regresi ditujukan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan sedangkan korelasi bertujuan

---

<sup>53</sup> Burhan Bungin, 2001, *Metodologi Penelitian Sosial*, Surabaya, Airlangga University Press. hlm.221.

<sup>54</sup> Rachmat Kriyantono. Op.Cit. 181

untuk mencari derajat keeratan hubungan dua variabel atau lebih. Jenis regresi yang akan dipakai oleh peneliti adalah Regresi linear sederhana.

Regresi linear sederhana adalah pengaruh antara dua variabel saja, dimana terdiri dari satu variabel independent/bebas dan satu variabel dependent/terikat dan juga digunakan untuk membangun persamaan dan menggunakan persamaan tersebut untuk membuat perkiraan.

Untuk meneliti apakah memang ada hubungan atau pengaruh yang signifikan atau tidak antara sebab – akibat tersebut, maka digunakan rumus regresi. Peneliti juga menggunakan rumus regresi linear sederhana.

Rumus :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = variabel tidak bebas

X = variabel bebas

a = nilai intercept (konstan)

b = koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel.

Harga a dihitung dengan rumus :

$$a = \frac{\sum Y (\sum X^2) - \sum X \cdot \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Harga b dihitung dengan rumus :

$$b = \frac{n \sum XY - \sum l \cdot \sum Y}{\sum X^2 - (\sum X)^2}$$



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN**

#### **4.1 Sejarah Universitas Sultan Ageng Tirtayasa**

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dimulai dari berdirinya yayasan Pendidikan Tirtayasa (Yapenta) pada tanggal 1 Oktober 1980 berdasarkan Akte Notaris Rosita Wibowo, SH, No 1, tanggal 1 Oktober 1980. Kemudian dilakukan penyempurnaan dan dikukuhkan kembali dengan Akte Notaris Ny.R.Arie Soetardjo, No 1, tanggal 3 maret 1986.

Kata Tirtayasa (bahasa Sanssekerta yang berarti air mengalir) diambil dari nama pahlawan nasional yang berasal dari Banten, yaitu Sultan Ageng Tirtayasa (Kepres RI Nomor: 045/TK/1070). Nama asli Sultan Ageng Tirtayasa adalah Abdul Fathi Abdul Fatah, pewaris keempat tahta kesultanan Banten. Beliau dianugerahi tanda jasa pahlawan nasionak karena dengan gigih menentang penjajahan Belanda dan berhasil membawa banyak kejayaan dan keemasan Kesultanan Banten.

Yayasan Pendidikan Tirtayasa (Yapenta) Banten mendirikan Sekolah Tinggi Ilmu Hukum (STIH) pada tahun 1981 dan Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) pada tahun 1982. Selanjutnya Yayasan Krakatau Steel Cilegon mendirikan Sekolah Tinggi Teknik (STT) pada tahun 1982 yang selanjutnya STT bergabung dengan Yapenta untuk persiapan berdirinya Universitas Tirtayasa Banten.

Universitas Tirtayasa Banten merupakan penggabungan dari STIH, STT dan STKIP berdasarkan SK Mendikbud RI Nomor: 0596/0/1984, tanggal 28 November 1984, maka berubahlah status masing-masing sekolah tinggi menjadi Fakultas Hukum, Fakultas Teknik, dan Fakultas Ilmu Keguruan dan Ilmu Pendidikan..

Dari tahun ke tahun Universitas Sultan Ageng Tirtayasa berkembang pesat dengan berdirinya Fakultas Pertanian berdasarkan SK Mendikbud RI Nomor: 0123/0/1989, tanggal 8 maret 1989, dan Fakultas Ekonomu dengan SK Mendikbud Nomor: 0331/0/1989, tanggal 30 Mei 1989.

Perubahan sosial – politik yang terjadi di Indonesia telah ikut mempengaruhi perubahan yang terjadi pada Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Demikian pula dengan terbentuknya Provinsi Banten berdasarkan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2000, telah mendorong pengurus Yapenta dan tokoh-tokoh Banten mengusulkan penegrian Universitas Sultan Ageng Tirtayasa kepada Pemerintah Pusat C.q. Depdiknas. Selanjutnya pada tanggal 13 Oktober 1999 keluarlah Keppres RI Nomor: 130/1999 tentang Persiapan Perguruan Tinggi Negeri Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Selanjutnya pada tahun 2001 berdasarkan Keputusan Presiden RI Nomor: 32 tanggal 19 Maret 2001 Universitas Sultan Ageng Tirtayasa secara resmi ditetapkan menjadi Perguruan Tinggi Negeri.

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa sebagai perguruan tinggi negeri yang baru terus berupaya melakukan perubahan-perubahan dan perbaikan-



perbaikan, baik dibidang organisasi, akademik, maupun dibidang kemahasiswaan dan kerjasama.

Perubahan mendasar dibidang Organisasi dan Tata Kerja adalah dengan ditetapkan Keputusan Mendiknas Nomor: 023/J24/D.1/SK/IV/2003 dan Statuta Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Nomor: 10 tahun 2007. Demikian pula perubahan dan perbaikan dibidang akademik khususnya pendirian faultas dan jurusan-jurusan baru, pembangunan sarana dan prasarana pendidikan, pengembangan dan peningkatan kualitas dosen dan tenaga pendidikan lainnya, pengembangan ICT untuk menunjang pendidikan dan pelayanan akademik prima, pengembangan dan peningkatan sarana perpustakaan menuju E-Library dan E-Jurnal, penguatan akademik atmosphere di kampus, serta peningkatan kualitas pendidikan melalui sistem jaminan mutu dan evaluasi diri (*quality assurance and self evaluation*).

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa saat ini menyelenggarakan program pendidikan akademik dan program pendidikan vokasi. Program Pendidikan Akademik terdiri atas Program pendidikan Sarjana (S1) sebanyak 6 fakultas dan 1 Program Pendidikan Magister (Pascasarjana), Sedangkan jurusan/Program Studi yang saat ini dimiliki sebanyak 20 buah untuk Program Sarjana dan 2 Prodi untuk Program Magister dengan rincian sebagai berikut:

1. Fakultas Hukum
  - a. Jurusan Ilmu Hukum
2. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
  - a. Jurusan Ilmu Pendidikan

- Prodi Pendidikan Luar Sekolah
  - Prodi Pendidikan Guru Sekolah Dasar
  - b. Jurusan Pendidikan Bahasa
    - Prodi Diksastrasia
    - Prodi Bahasa Inggris
  - c. Jurusan IPA
    - Prodi Matematika
    - Prodi Biologi
3. Fakultas Teknik
- a. Jurusan Teknik Elektro
  - b. Jurusan Teknik Mesin
  - c. Jurusan Teknik Sipil
  - d. Jurusan Teknik Kimia
  - e. Jurusan Teknik Industri
  - f. Jurusan Teknik Metalurgi
4. Fakultas Pertanian
- a. Jurusan Agribisnis
  - b. Jurusan Agroekoteknologi
  - c. Jurusan Perikanan
5. Fakultas Ekonomi
- a. Jurusan Manajemen
  - b. Jurusan Akutansi
  - c. Jurusan Ekonomi Pembangunan

6. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
  - a. Jurusan Ilmu Administrasi Negara
  - b. Jurusan Ilmu Komunikasi
7. Fakultas Pascasarjana
  - a. Prodi Teknologi Pendidikan
  - b. Prodi Pendidikan Bahasa Indonesia

Selain Program Pendidikan Akademik sebagaimana tersebut di atas, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa juga menyelenggarakan Program Pendidikan Vokasi yaitu Program Diploma III. Fakultas yang menyelenggarakan Program Diploma II yaitu Fakultas Ekonomi terdiri atas Prodi Akutansi; Prodi Marketing; Prodi Perpajakan; dan Prodi Keuangan dan Perbankan. Fakultas Teknik dengan 1 buah Prodi, yaitu Prodi Teknik Komputer dan Multi Media. Sumber daya manusia yang dimiliki Universitas Sultan Ageng Tirtayasa kondisi Desember 2009 terdiri atas 442 orang dosen dan dengan jumlah mahasiswa 12.320 orang.

## **4.2 Visi dan Misi**

### **4.2.1 Visi**

Terwujudnya universitas terbaik yang memiliki kemandirian, kreativitas, inovasi, unggul, dan kompetitif dalam bidang pendidikan, penelitian, serta pengembangan ilmu

pengetahuan, teknologi, dan seni dalam rangka pengabdian kepada masyarakat.

#### **4.2.2 Misi**

1. Meningkatkan kualitas dosen dan tenaga kependidikan lainnya dalam melaksanakan berbagai program pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhan *stakeholders*.
2. Membangun dan mengembangkan jejaring kerja (*networking*) untuk mendorong percepatan peningkatan kualitas pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat serta kerjasama.
3. Membangun dan mengembangkan system manajemen mutu menuju efisiensi dan professional.
4. Menyelenggarakan pendidikan tinggi dengan kualitas terbaik dan relevan dengan kebutuhan masyarakat kini dan mendatang.
5. Mengembangkan sistem teknologi informasi yang dapat memacu terwujudnya perguruan tinggi yang unggul, mandiri, kreatif, inovatif, dan kompetitif.
6. Meningkatkan tanggung jawab social Universitas Sultan Ageng Tirtayasa bersama Pemerintah Daerah membawa modernisasi dan memelihara nilai-nilai luhur Banten.

#### **4.3 Deskripsi data penelitian**

Masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah pengaruh fasilitas *Blackberry* terhadap sikap individu mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuisisioner kepada para mahasiswa pengguna *Blackberry* di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Penyebaran kuisisioner dilakukan pada mahasiswa tiap fakultas, yaitu fakultas hukum, fakultas pertanian, fakultas keguruan dan ilmu pendidikan, fakultas ekonomi, fakultas teknik, dan fakultas ilmu sosial dan ilmu politik.

Kuisisioner yang disebar oleh peneliti kepada mahasiswa pengguna *Blackberry* berjumlah 99 buah, dari total tiap fakultas yang jumlahnya berbeda-beda. Fakultas hukum sebanyak 8 mahasiswa, fakultas keguruan dan ilmu pendidikan sebanyak 32 mahasiswa, fakultas teknik sebanyak 19 mahasiswa, fakultas pertanian sebanyak 8 mahasiswa, fakultas ekonomi sebanyak 21 mahasiswa, serta fakultas ilmu sosial dan ilmu politik sebanyak 11 mahasiswa, dan total keseluruhan sampel penelitian berjumlah 99 mahasiswa.

Penyebaran kuisisioner dilakukan secara bertahap, tahap pertama menyebarkan 30 kuisisioner pada tanggal 22 agustus 2011. Untuk dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas data. Kemudian pada tahap selanjutnya dilakukan pada tanggal 12 september 2011 dengan menyebarkan 69 kuisisioner.

Teknik sampling yang digunakan, peneliti memilih teknik sampling probabilitas. Yang dimaksud probabilitas adalah sampel melalui teknik

random (acak). Sampel probabilitas yaitu sampel yang ditarik berdasarkan probabilitas di mana setiap unsur populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk dipilih melalui perhitungan secara sistematis. Didalam teknik sampling probabilitas terdapat teknik sampling berstrata (*stratified sampling*), populasi dikelompokkan ke dalam kelompok atau kategori yang disebut strata. Kategori dalam penelitian ini berdasarkan fakultas yang berada pada lingkup Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Jenis sampling yang digunakan ialah proporsional stratified sampling, yaitu dari setiap strata diambil jumlah yang proporsional dengan besar setiap strata.

Data-data yang diperoleh melalui penyebaran kuisioner, dikategorikan sesuai dengan identifikasi masalah : jenis fasilitas *Blackberry* di kalangan mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, sikap individu mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa dalam menggunakan fasilitas *Blackberry*, dan pengaruh fasilitas *Blackberry* terhadap sikap individu mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Kemudian data tersebut dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas, yang kemudian dilanjutkan dengan uji korelasi dan regresi sehingga dengan demikian dapat disimpulkan hasil dari penelitian mengenai pengaruh fasilitas *Blackberry* terhadap sikap individu mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

#### 4.4 Hasil penelitian

##### 4.4.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yaitu sebanyak 99 responden. Dibawah ini akan diuraikan lebih lanjut mengenai karakteristik responden yang terlibat dalam penelitian yang penulis lakukan berdasarkan jenis kelamin, asal fakultas, dan tingkatan semester.

###### a. Jenis kelamin responden

**Tabel 4.1**  
**Jenis Kelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid pria	48	48,5	48,5	48,5
wanita	51	51,5	51,5	51,5
Total	99	100,0	100,0	100,0

Sumber : Data SPSS yg telah diolah

Dari tabel diatas, dapat dilihat komposisi jumlah responden berdasarkan jenis kelamin dari 99 responden, terdiri dari 48 responden (48,5%) adalah laki-laki dan sisanya sebanyak 51 responden (51,5%) adalah perempuan.

Dari hasil tabel diatas maka dapat diketahui jika pengguna *Blackberry* lebih mendominasi pada kaum wanita (51 orang) jika dibandingkan dengan kaum pria yang hanya sebesar 48 orang saja. Hal ini kemungkinan disebabkan karena kaum wanita lebih sering menggunakan untuk bercerita dengan sesama wanita.

b. Kategori asal fakultas responden

**Tabel 4.2**  
**Asal Fakultas**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid F. Hukum	8	8.1	8.1	8.1
F. KIP	32	32.3	32.3	32.3
F. Teknik	19	19.2	19.2	19.2
F. Pertanian	8	8.1	8.1	8.1
F. Ekonomi	21	21.2	21.2	21.2
F. ISIP	11	11.1	11.1	11.1
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber : Data SPSS yg telah diolah*

Dari tabel diatas, dapat dilihat komposisi jumlah responden berdasarkan asal fakultas dari 99 responden, terdiri dari F. Hukum 8 orang (8,1%), F. KIP 32 orang (32,3%), F. Teknik 19 orang (19,2%), F. Pertanian 8 orang (8,1%), F. Ekonomi 21 orang (21,2%), dan F. ISIP 11 orang (11,1%).

Dari tabel diatas maka dapat diketahui apabila pengambilan sampel tersebut dilakukan dengan menggunakan teknik sampling berstrata (*stratified sampling*), dalam teknik ini, populasi dikelompokkan ke dalam kelompok atau kategori yang disebut strata.



c. Tingkatan semester responden

**Tabel 4.3**  
**Tingkatan semester responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid semester 1	8	8.1	8.1	8.1
semester 3	21	21.2	21.2	21.2
semester 5	17	17.2	17.2	17.2
semester 7	20	20.2	20.2	20.2
semester 9	33	33.3	33.3	33.3
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber : Data SPSS yg telah diolah*

Dari tabel diatas, dapat dilihat komposisi jumlah responden berdasarkan tingkatan semester dari 99 responden, semester 1 ada 8 orang (8,1%), semester 3 ada 21 orang (21,2%), semester 5 ada 17 orang (17,2%), semester 7 ada 20 orang (20,2%), dan semester 9 ada 33 orang (33,3%).

Dari hasil tabel diatas, maka dapat diketahui jika pengguna *Blackberry* lebih dominan pada mahasiswa semester 9 yaitu sebanyak 33 orang. Hal ini disebabkan sebagian besar responden yang didatangi oleh peneliti merupakan responden yang dikenal secara pribadi namun mereka menggunakan fasilitas *Blackberr Messenger*.

#### 4.4.2 Tanggapan responden tentang fasilitas *Blackberry Messenger* pada mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

Untuk dapat mengetahui secara pasti tentang pengaruh fasilitas *Blackberry*, dapat dipetik gambaran umum dari para responden yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner terhadap para mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

**Tabel 4.4**  
**Frekuensi mahasiswa menggunakan *Blackberry***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak sering	0	0	0	0
tidak sering	1	1.0	1.0	1.0
Sering	25	25.3	25.3	25.3
sangat sering	73	73.7	73.7	73.7
Total	99	100.0	100.0	100.0

Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 1

Hasil dari tanggapan responden yang menjawab sangat sering merupakan yang terbanyak yaitu 73 orang atau 73,7%, sedangkan yang menjawab sering sebanyak 25 orang atau 25,3%, yang menjawab tidak sering merupakan yang terkecil yaitu sebanyak 1 orang atau 1%,.

Dari jumlah ini dapat disimpulkan bahwa para mahasiswa sangat sering (73,7%) dalam menggunakan *Blackberry*. Hal ini menunjukkan bahwa para mahasiswa memerlukan *Blackberry* untuk melakukan aktivitas sehari-hari serta dalam pemenuhan kebutuhan informasi.

**Tabel 4.5**

**Frekuensi mahasiswa menggunakan *Blackberry Messenger***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak sering	0	0	0	0
tidak sering	2	2.0	2.0	2.0
Sering	37	37.4	37.4	37.4
sangat sering	60	60.6	60.6	60.6
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 2*

Hasil dari jawaban responden yang terbanyak ialah sangat sering sebesar 60 orang atau 60,6%, yang menjawab sering sebanyak 37 orang atau 37,4%, menjawab tidak sering ada 2 orang atau 2%.

Dari jumlah ini dapat disimpulkan bahwa para mahasiswa sangat sering (60,6%) dalam menggunakan fasilitas *Blackberry Messenger*. Hal ini menunjukkan bahwa para mahasiswa memerlukan fasilitas ini untuk berkomunikasi dengan orang lain agar dapat bertukar informasi secara cepat dan mudah. Namun dalam tabel diatas terdapat 2 responden yang memilih tidak sering, untuk menggunakan *Blackberry Messenger*, pengguna diwajibkan untuk menggunakan pulsa (biaya) yang berbeda dari biasanya, yakni jenis biaya yang hanya diperuntukan untuk fasilitas *Blackberry Messenger*.

**Tabel 4.6**

**Frekuensi menggunakan *Blackberry* pada jam perkuliahan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak sering	0	0	0	0
tidak sering	0	0	0	0
Sering	34	34.3	34.3	34.3
sangat sering	65	65.7	65.7	65.7
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 3*

Jawaban dari responden yang terbanyak ialah sangat sering sebanyak 65 orang atau 65,7%, yang menjawab sering 34 orang atau 34,3%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak sering dan sangat tidak sering, tidak ada mahasiswa yang memilihnya.

Dari jumlah ini dapat disimpulkan bahwa frekuensi pada mahasiswa yang menggunakan *Blackberry* pada jam perkuliahan yaitu sebanyak 65,7%. Menggunakan *Blackberry* pada saat jam perkuliahan berlangsung dapat mengganggu konsentrasi mahasiswa dalam menerima materi pelajaran yang sedang disampaikan oleh dosen. Dan juga berdampak pada sikap mahasiswa.

**Tabel 4.7**  
**Durasi menggunakan *Blackberry***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak lama	0	0	0	0
tidak lama	7	7.1	7.1	7.1
lama	52	52.5	52.5	52.5
sangat lama	40	40.4	40.4	40.4
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 4*

Berdasarkan tabel diatas, maka diketahui responden yang memilih sangat lama sebanyak 40 orang atau 40,4%, yang menjawab lama merupakan yang terbanyak 52 orang atau 52,5%, tidak lama hanya 7 orang atau 7,1% dan tidak ada responden yang memilih sangat tidak lama.

Dari jumlah ini dapat disimpulkan bahwa durasi pada mahasiswa yang menggunakan *Blackberry* yaitu lama waktu yang digunakan (52,5%). Hal ini menunjukkan bahwa para mahasiswa jika sudah menggunakan jenis handphone yang tergolong *smartphone* ini bisa mengakibatkan lupa waktu karena terlalu konsentrasi pada apa yang sedang dibicarakan oleh sesama pengguna *Blackberry*. Karena *smartphone* ini sedang digemari oleh masyarakat luas, maka pengguna *Blackberry* pun semakin banyak dan menimbulkan ketergantungan untuk menggunakannya dalam jangka waktu yang lama.

**Tabel 4.8**

**Durasi menggunakan Fasilitas *Blackberry Messenger***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak lama	0	0	0	0
tidak lama	1	1.0	1.0	1.0
lama	58	58.6	58.6	58.6
sangat lama	40	40.4	40.4	40.4
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 5*

Berdasarkan tabel diatas, maka diketahui responden yang memilih sangat lama sebanyak 40 orang atau 40,4%, yang menjawab lama merupakan yang terbanyak 58 orang atau 58,6%, tidak lama hanya 1 orang atau 1% saja, sedangkan tidak ada responden yang memilih sangat tidak lama.

Dari hasil tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa durasi atau lama waktu yang digunakan oleh mahasiswa yakni lama dalam menggunakan fasilitas *Blackberry Messenger* (58,6%). Hal tersebut menunjukkan jika pengguna handphone produksi Kanada ini apabila sudah melakukan bentuk interaksi dengan sesama pengguna fasilitas yang hanya dimiliki oleh *Blackberry* akan menyebabkan lupa waktu karena tidak menyadarinya dan hanya memperhatikan komunikasi dengan teman sesama pengguna fitur tersebut.

**Tabel 4.9**

**Fasilitas *Blackberry Messenger* mudah digunakan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	0	0	0	0
tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
setuju	46	46.5	46.5	46.5
sangat setuju	50	50.5	50.5	50.5
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 6*

Dapat disimpulkan responden yang merasa sangat setuju sebanyak 50 orang atau 50,5%, sedangkan yang merasa setuju sebanyak 46 orang atau 46,5%, dan yang tidak setuju hanya 3 orang atau 3%, namun pilihan sangat tidak setuju sama sekali tidak dipilih oleh responden.

Dari jumlah ini dapat disimpulkan bahwa para mahasiswa sangat setuju (50,5%) apabila fasilitas yang disediakan oleh *Blackberry* yaitu *Blackberry Messenger* merupakan fitur yang mudah digunakan, ialah merupakan fasilitas chatting atau fasilitas percakapan singkat yang disediakan oleh *Blackberry*. Untuk menggunakan fasilitas tersebut, penggunaanya hanya perlu meminta nomer pin dari pengguna *Blackberry* lainnya.

**Tabel 4.10**  
**Fasilitas *Blackberry* dapat diandalkan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	0	0	0	0
tidak setuju	0	0	0	0
setuju	51	51.5	51.5	51.5
sangat setuju	48	48.5	48.5	48.5
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 7*

Jawaban dari responden yang memilih sangat setuju sebanyak 48 orang atau 48,5%, dan setuju merupakan pilihan yang terbanyak sebesar 51,5% atau 51 orang, yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju, tidak ada satu respondenpun yang memilih alternative jawaban tersebut.

Dari jumlah ini dapat disimpulkan bahwa para mahasiswa setuju (51,5%) bahwa fasilitas *Blackberry* Messenger dapat diandalkan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya penggunaan jenis aplikasi yang hanya dimiliki oleh produk dari negeri Kanada ini karena dapat mengakses layanan internet maupun situs pertemanan, dimanapun dan kapanpun. Kemampuannya menyampaikan informasi melalui jaringan data nirkabel dari layanan perusahaan telepon genggam mengejutkan dunia.



**Tabel 4.11**

***Blackberry memiliki fitur yang lengkap***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	0	0	0	0
tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
setuju	60	60.6	60.6	60.6
sangat setuju	36	36.4	36.4	36.4
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 8*

Jawaban responden terbagi kedalam 4 pilihan, yang menjawab sangat setuju sebanyak yaitu 36 orang atau 36,4% dan yang menjawab setuju merupakan jawaban yang terbanyak yaitu 60 orang atau 60,6%, sedangkan untuk pilihan jawaban tidak setuju hanya 3 orang atau 3% saja, dan sangat tidak setuju, tidak ada satu respondenpun yang memilihnya.

Dari jumlah ini dapat disimpulkan bahwa para mahasiswa setuju (60,6%) menyatakan *Blackberry* yang merupakan buatan Research In Motion (RIM) memiliki jenis fasilitas yang lengkap. Antara lain yang paling terkenal dikalangan pengguna *handphone* ialah fasilitas *Blackberry* Messenger yang membedakan dari *handphone* yang lainnya. Dan menjadi salah satu yang diincar oleh pengguna *handphone*.

**Tabel 4.12**  
**Visualisasi desain *Blackberry***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak menarik	0	0	0	0
tidak menarik	5	5.1	5.1	5.1
menarik	57	57.6	57.6	57.6
sangat menarik	37	37.4	37.4	37.4
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 9*

Hasil yang didapat ialah mahasiswa yang memilih sangat menarik sebanyak 37 orang atau 37,4%, mahasiswa yang memilih menarik sebanyak 57 orang atau 57,6%, mahasiswa yang memilih tidak menarik hanya 5 orang atau 5,1% sedangkan untuk pilihan jawaban sangat tidak menarik, tidak ada satu respondenpun yang memilih pilihan tersebut.

Dari jumlah ini dapat disimpulkan bahwa desain tampilan yang dimiliki oleh *smartphone* yang diperkenalkan pertama kali di Indonesia pada pertengahan Desember 2004 ini menarik (57,6%), hal ini juga didukung dengan desain terbaru yang dimiliki oleh *Blackberry* sehingga digunakan kembali oleh perusahaan handphone lainnya agar menarik perhatian konsumen dan menjadi daya saing dan daya tarik tersendiri.

**Tabel 4.13**

**Fasilitas yang ditawarkan *Blackberry* seperti lebih lengkap**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	0	0	0	0
tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
Setuju	34	34.3	34.3	34.3
sangat setuju	63	63.6	63.6	63.6
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 10*

Ternyata hasil yang diperoleh adalah, 63 responden atau 63,6% memilih sangat setuju, 34 responden atau 34,3% memilih setuju, dan 2 responden atau 2% memilih tidak setuju, sedangkan tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju.

Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa para responden sangat setuju (63,6%) jika fitur aplikasi yang ditawarkan oleh *Blackberry* lebih lengkap dibandingkan dengan fasilitas handphone lainnya. *Blackberry* merupakan awal dari menggunakan aplikasi khusus *smartphone* ini yang hanya bisa digunakan oleh para pengguna *Blackberry* saja dengan cara bertukar nomer pin. Selain itu juga telah disediakan fasilitas jejaring sosial seperti facebook dan twitter, yang sedang digemari oleh orang banyak.

**4.4.3 Tanggapan responden tentang sikap individu pada mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.**

**Tabel 4.14**  
**Pengetahuan mahasiswa terhadap *Blackberry***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid: sangat tidak tahu	4	4.0	4.0	4.0
tidak tahu	1	1.0	1.0	1.0
tahu	32	32.3	32.3	32.3
sangat tahu	62	62.6	62.6	62.6
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 11*

Jika dilihat dari tabel diatas, maka mahasiswa yang memilih sangat tahu sebanyak 62 orang atau 62,6%, mahasiswa yang memilih tahu sebanyak 32 orang atau 32,3%, dan mahasiswa yang memilih tidak tahu hanya 1 orang atau 1%, sedangkan mahasiswa yang memilih sangat tidak tahu hanya 4 orang atau 4% saja.

Dari hasil yang diperoleh diatas, maka dapat disimpulkan bahwa para mahasiswa sangat tahu (58,6%) tentang produk *Blackberry*. Mereka mengetahuinya karena sudah banyak yang menggunakannya. Demamnya jenis *smartphone* buatan RIM ini dikarenakan menjamurnya jejaring sosial seperti facebook dan twitter. Karena produk handphone masa ini telah menjadi kebutuhan primer.

**Tabel 4.15**

**Pengetahuan mahasiswa akan *Blackberry* karena merek yang terkenal**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak tahu	0	0	0	0
tidak tahu	4	4.0	4.0	4.0
tahu	36	36.4	36.4	36.4
sangat tahu	59	59.6	59.6	59.6
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 12*

Ternyata responden yang memilih sangat setuju merupakan yang terbesar sebanyak 59 orang atau 59,6%, yang memilih setuju sebanyak 36 orang atau 36,4%, dan yang memilih tidak setuju hanya 4 orang atau 4%, namun tidak ada yang memilih sangat tidak setuju.

Dapat disimpulkan dari hasil tabel diatas, jika para mahasiswa sangat tahu (59,6%) jika produk *Blackberry* karena sebuah merek yang terkenal. Oleh karena merek yang terkenal maka banyak yang menggunakannya. Dan juga dengan koneksi internet yang siaga 24 jam, maka berkomunikasi via internet jauh lebih mudah. Apalagi dengan adanya pandangan mahasiswa yang memandang prestis jika menggunakan *Blackberry*.

**Tabel 4.16**

**Pandangan tentang ketertarikan mahasiswa menggunakan *Blackberry***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak tertarik	0	0	0	0
tidak tertarik	1	1.0	1.0	1.0
tertarik	34	34.3	34.3	34.3
sangat tertarik	64	64.6	64.6	64.6
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 13*

Jawaban responden terbagi kedalam 3 jawaban, yaitu sangat tertarik sebanyak 64 orang atau 64,6%, dan tertarik 34 orang atau 34,3%, sedangkan tidak tertarik hanya 1 orang atau 1 %, namun tidak ada responden yang memilih sangat tidak tertarik.

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa merasa sangat tertarik (64,6%) untuk menggunakan *Blackberry*, karena didukung oleh fasilitas yang hanya dimiliki oleh handphone buatan negeri Kanada dan hanya bisa digunakan oleh sesama pengguna *Blackberry* saja. Dengan menggunakan handphone jenis tersebut akan mencerminkan suatu gaya hidup (*life style*) yang *up to date* dan tanggap akan kemajuan teknologi.

**Tabel 4.17**

**Pandangan mahasiswa dalam berpenampilan terasa kurang lengkap apabila tidak menggunakan *Blackberry***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	0	0	0	0
tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
Setuju	48	48.5	48.5	48.5
sangat setuju	48	48.5	48.5	48.5
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 14*

Hasil tanggapan responden yang memilih sangat setuju sebanyak 48 orang atau 48,5%, yang memilih setuju sebanyak 48 orang atau 48,5%, yang memilih tidak setuju sebanyak 3 orang atau 3%, dan yang memilih sangat tidak setuju tidak ada satu responden yang memberikan jawaban.

Dapat disimpulkan dari hasil tabel diatas, jika mahasiswa setuju dan sangat setuju (48,5%), dua pilihan jawaban kali ini berjumlah sama antara setuju dan sangat setuju jika dalam berpenampilan akan merasa kurang lengkap apabila tidak menggunakan *Blackberry* untuk menunjang penampilan luar ataupun fisik dari seseorang yang menggunakannya.

**Tabel 4.18**

**Keyakinan akan informasi yang lebih cepat pada *Blackberry***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid: sangat tidak yakin	0	0	0	0
tidak yakin	6	6.1	6.1	6.1
yakin	44	44.4	44.4	44.4
sangat yakin	49	49.5	49.5	49.5
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 15*

Jawaban terbagi dalam 4 kategori, yaitu sangat yakin sebanyak 49 orang atau 49,5%, dan yakin 44 orang atau 44,4%, sedangkan tidak yakin 6 orang atau 6% serta tidak ada responden yang memilih alternatif jawaban sangat tidak yakin.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa para mahasiswa sangat meyakini (49,5%) bahwa menggunakan *Blackberry* akan mendapatkan informasi yang lebih cepat dibandingkan dengan penggunaan handphone jenis lainnya. Karena lebih memudahkan pada sesama pengguna *Blackberry* jika dibandingkan dengan pengguna handphone lainnya. Dan dengan adanya koneksi internet yang siaga dalam kurun waktu 24 jam, sehingga akan lebih memudahkan untuk mencari suatu informasi yang dibutuhkan.



**Tabel 4.19**

**Keyakinan akan mendapatkan informasi yang terbaru pada *Blackberry***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak yakin	3	3.0	3.0	3.0
tidak yakin	10	10.1	10.1	10.1
yakin	41	41.4	41.4	41.4
sangat yakin	45	45.5	45.5	45.5
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 16*

Responden yang menjawab sangat yakin sebanyak 45 orang atau 45,5%, kemudian yang menjawab yakin sebanyak 41 orang atau 41,4%, dan yang menjawab tidak yakin ada 10 orang atau 10,1%, dan 3 responden atau 3% yang menjawab sangat tidak yakin.

Kesimpulan yang didapatkan bahwa para mahasiswa sangat yakin (45,5%) apabila akan mendapatkan informasi yang lebih terbaru dengan menggunakan *Blackberry* dibandingkan dengan yang tidak menggunakannya. Karena akan lebih cepat dan mudah untuk penyebaran informasi tersebut. Pengguna fitur *Blackberry* Messenger me-replay suatu pesan komunikasi yang diberikan kepada pengguna lainnya dan juga koneksi akan jejaring sosial yang semakin cepat yang menjadikan penggunanya lebih dikenal di situs facebook maupun twitter.

**Tabel 4.20**

**Keyakinan akan kepercayaan diri terhadap pengguna *Blackberry***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak yakin	8	8.1	8.1	8.1
tidak yakin	4	4.0	4.0	4.0
yakin	54	54.5	54.5	54.5
sangat yakin	33	33.3	33.3	33.3
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 17*

Pilihan jawaban responden terbagi kedalam 4 kategori, pilihan sangat yakin dengan pemilih sebanyak 33 orang atau 33,3%, pilihan yakin sebanyak 54 orang atau 54,5%, sedangkan yang memilih tidak yakin ada 4 orang atau 4%, dan yang memilih sangat tidak yakin hanya 8 orang atau 8,1% saja.

Dari hasil tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa para mahasiswa tersebut yakin (54,5%) jika dengan menggunakan *Blackberry* dapat menambah keyakinan akan kepercayaan diri seseorang, terutama pengguna *Blackberry*. Mereka merasa lebih percaya diri karena telah mengikuti sebuah gaya hidup baru yang sedang melanda dunia teknologi. Dan juga karena ada beberapa alasan mahasiswa yang menggunakan *Blackberry* memang seprtinya sudah terobsesi jika bisa menampilkan "update via *Blackberry*".

**Tabel 4.21**

**Rasa senang mahasiswa menggunakan *Blackberry***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak senang	1	1.0	1.0	1.0
tidak senang	12	12.1	12.1	12.1
senang	28	28.3	28.3	28.3
sangat senang	58	58.6	58.6	58.6
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 18*

Berdasarkan hasil jawaban responden, yang memilih sangat senang merupakan pilihan terbanyak sebanyak 58 orang atau 58,6%, yang memilih senang sebanyak 28 orang atau 28,3%, yang memilih tidak senang sebanyak 12 orang atau 12,1%, dan yang memilih sangat tidak senang hanya 1 orang atau 1 % saja.

Dari hasil tabel diatas, maka dapat dikatakan jika mahasiswa sangat senang dalam menggunakan *Blackberry* (58,6%). Karena dapat mengatasi rasa bosan dalam melakukan aktivitas sehari-hari. sehingga pikiran menjadi segar kembali dan siap untuk menjalankan aktivitas seperti semula. Dengan menggunakan *smartphone* buatan RIM, dimanapun dan kapanpun dapat mengakses internet dan email.

**Tabel 4.22**

**Kebutuhan pemenuhan diri mahasiswa pengguna *Blackberry***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak butuh	4	4.0	4.0	4.0
tidak butuh	1	1.0	1.0	1.0
butuh	30	30.3	30.3	30.3
sangat butuh	64	64.6	64.6	64.6
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 19*

Jawaban responden yang memilih sangat butuh sebanyak 64 orang atau 64,6%, yang memilih butuh sebanyak 30 orang atau 30,3%, dan tidak butuh hanya 1 orang atau 1%, dan 4 responden mahasiswa atau 4% yang menjawab sangat tidak butuh.

Dari tabel diatas maka hasilnya ialah para mahasiswa menyatakan sudah sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna *Blackberry* (64,6%) untuk menunjang akan kebutuhan informasi dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Serta keinginan untuk menggunakan suatu produk teknologi terbaru yang sedang digemari di Indonesia dan juga dunia yang meningkat hingga 500%. Maka tak mengherankan jika mendapat pencapaian tertinggi untuk kepuasan dari pada penggunaanya<sup>55</sup>. Sebuah produk teknologi yang memanjakan gaya hidup dan keinginan manusia yang tak ada habis-habisnya, sehingga dapat membuat perubahan sikap yang terjadi diantara penggunaanya.

<sup>55</sup> <http://www.mediatren.com/201103241167/news/out-of-topic/pengguna-blackberry-di-indonesia-mencapai-3-juta-orang.html> (diakses pada 23 maret 2011).

**Tabel 4.23**

**Rasa ingin tahu pengguna *Blackberry* akan sesuatu yang baru**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	0	0	0	0
tidak setuju	4	4.0	4.0	4.0
Setuju	39	39.4	39.4	39.4
sangat setuju	56	56.6	56.6	56.6
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 20*

Jawaban responden yang memilih sangat setuju sebanyak 56 orang atau 56,6%, yang memilih setuju sebanyak 39 orang atau 39,4%, dan yang memilih tidak setuju hanya 4 orang atau 4%, dan 0 responden yang menjawab sangat tidak setuju.

Dari hasil tabel diatas, maka dapat disimpulkan bahwa sebanyak 56 orang sangat setuju apabila menggunakan *Blackberry* karena ingin mengetahui sesuatu yang baru. Yang baru disini dimaksudkan dengan fasilitas khusus yang disediakan oleh *Blackberry* dan untuk pengguna *Blackberry* Messenger, yang tidak dimiliki oleh produsen handphone lainnya. Hal ini yang menarik perhatian konsumen untuk mencoba cara berkomunikasi yang baru dan lebih efisien.

**Tabel 4.24**

**Memenuhi rasa ingin tahu akan kemajuan teknologi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	0	0	0	0
tidak setuju	4	4.0	4.0	4.0
Setuju	42	42.4	42.4	42.5
sangat setuju	53	53.5	53.5	53.5
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 20*

Jika dilihat dari hasil tabel diatas, maka responden yang memilih sangat setuju sebanyak 53 orang atau 53,5%, yang memilih setuju sebanyak 42 orang atau 42,5%, dan yang memilih tidak setuju hanya 4 orang atau 4%, dan tidak ada yang memilih sangat tidak setuju.

Maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa pengguna *Blackberry* sangat setuju (53,5%) untuk memenuhi rasa ingin tahu akan kemajuan teknologi. Dengan memenuhi rasa ingin tahu akan kemajuan teknologi maka seseorang yang menggunakannya akan lebih percaya diri karena akan terlihat modern. Dapat dikatakan kini masyarakat sudah terbuka untuk menerima suatu inovasi sari teknologi. *Blackberry* juga digemari karena kemampuan multi fungsi, namun para mahasiswa ternyata lebih banyak memanfaatkan *smartphone* ini untuk keperluan gaya hidup.

**Tabel 4.25**

**Tingkat kecenderungan berperilaku individu pengguna *Blackberry***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak tinggi	3	3.0	3.0	3.0
tidak tinggi	15	15.2	15.2	15.2
tinggi	40	40.4	40.4	40.4
sangat tinggi	41	41.4	41.4	41.4
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 22*

Jika dilihat dari hasil tabel diatas, responden yang memilih sangat tinggi sebanyak 41 orang atau 41,5%, yang memilih tinggi sebanyak 40 orang atau 40,4%, dan yang memilih tidak tinggi ada 15 orang atau 15,2% dan hanya ada 3 orang atau 3% yang memilih sangat tidak tinggi.

Dari jumlah hasil ini dapat disimpulkan bahwa tingkat kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku individu sangat tinggi yakni 41,4%, karena dengan adanya fasilitas yang diperuntukan khusus bagi pengguna *Blackberry*, yang dimana fasilitas ini dapat menyebabkan seseorang lebih terfokus untuk melakukan komunikasi dengan menggunakan *Blackberry* Messenger dibandingkan untuk melakukan komunikasi dengan orang lain yang ada disebelahnya. Perhatiannya hanya tertuju pada layar handphone yang sedang melakukan percakapan dengan sesama pengguna *Blackberry*.

**Tabel 4.26**

**Mendahulukan menggunakan *Blackberry* dibandingkan berkomunikasi secara tatap muka**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak setuju	6	6.1	6.1	6.1
tidak setuju	33	33.3	33.3	33.3
setuju	15	15.2	15.2	15.2
sangat setuju	45	45.5	45.5	45.5
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 22*

Jika dilihat dari hasil tabel diatas, responden yang memilih sangat setuju sebanyak 45 orang atau 45,5%, yang memilih setuju sebanyak 15 orang atau 15,2%, dan yang memilih tidak setuju 33 orang atau 33,3%, sedangkan yang memilih sangat tidak setuju hanya 6 orang atau 6,1% saja.

Dari hasil diatas maka dapat disimpulkan bahwa mahasiswa menyatakan sangat setuju (45,5%) apabila lebih mendahulukan menggunakan *Blackberry* dibandingkan dengan melakukan komunikasi dengan orang lain secara tatap muka. Namun pilihan tidak setuju juga dipilih oleh sebanyak 33 responden (33,3%) pengguna *Blackberry*, ini menandakan masih adanya kesadaran untuk berkomunikasi secara langsung atau bertatap muka jika dibandingkan dengan melakukan komunikasi melalui perangkat *handphone*.



**Tabel 4.27**

**Tingkat kecenderungan bertindak menggunakan *Blackberry* secara terus-menerus**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid sangat tidak tinggi	0	0	0	0
tidak tinggi	15	15.2	15.2	15.2
tinggi	32	32.3	32.3	32.3
sangat tinggi	52	52.5	52.5	52.5
Total	99	100.0	100.0	100.0

*Sumber: Data SPSS yang telah diolah. Pertanyaan no 24*

Jika dilihat dari hasil tabel diatas, responden yang memilih sangat tinggi sebanyak 52 orang atau 52,5%, yang memilih tinggi sebanyak 32 orang atau 32,3%, yang memilih tidak tinggi hanya ada 15 orang atau 15,2% dan tidak ada responden yang memilih sangat tidak tinggi.

Dari jumlah hasil ini dapat disimpulkan bahwa tingkat kecenderungan mahasiswa untuk bertindak menggunakan Balckberry secara terus-menerus sangat tinggi yakni 52,5%, secara tidak sadar membuat mahasiswa menggunakan fasilitas *Blackberry* secara terus-menerus, yang mengakibatkan lupa waktu karena tidak sadar jika terus melakukan aktivitas berkomunikasi menggunakan *Blackberry*. Terlebih lagi dengan memiliki handphone merek tersebut, para pengguna seakan dimanjakan oleh kecanggihan *smartphone* asal Kanada ini. hal tersebut yang menimbulkan banyaknya dampak dalam kehidupan sehari-hari.

#### 4.4.4 Analisis Korelasi Product Moment

Koefisien korelasi *Product moment* digunakan untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan atau tingkat keeratan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.

**Tabel 4.28**  
**Correlations**

		Fasilitas <i>Blackberry</i>	Sikap individu
Fasilitas <i>Blackberry</i>	Pearson Correlation	1	.797**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	99	99
Sikap individu	Pearson Correlation	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	99	99

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi diatas, nilai korelasi antara fasilitas *Blackberry* terhadap sikap individu mahasiswa sebesar 0,797 (79,9%), maka dapat diketahui bahwa hal ini menunjukkan bahwa Fasilitas *Blackberry* terhadap Sikap individu mahasiswa adalah hubungannya kuat dan arah hubungannya ialah positif (+), nilai signifikansi  $0,000 < \alpha (0,05)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Untuk melihat antara variabel fasilitas *Blackberry* terhadap sikap individu mahasiswa signifikan atau tidak dapat dilihat dari angka probabilitas (sig) sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05. Ketentuan

mengatakan jika angka probabilitas  $< 0,05$  maka ada hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Semakin besar nilai variabel “fasilitas *Blackberry*” maka akan semakin besar pula nilai variabel “sikap”.

#### Koefisien Korelasi<sup>56</sup>

Koefisien Korelasi	Hubungan Antar Variabel
0.00 – 0.199	Sangat Rendah
> 0.20 – 0.399	Rendah
> 0.40 – 0.599	Sedang
> 0.60 – 0.799	Kuat
> 0.80 – 1.00	Sangat Kuat

#### 4.4.5 Pengujian Regresi

Setelah dilakukan uji korelasi dan hasilnya terdapat hubungan yang positif atau signifikan antara variabel X “Fasilitas *Blackberry*” dan variabel Y “Sikap individu”. Selanjutnya peneliti ingin menguji seberapa besar atau kuat variabel independent dalam penelitian ini mempengaruhi variabel dependentnya. Untuk melakukan pengujian ini peneliti menggunakan analisis regresi linear sederhana pada program SPSS 17, hasil output SPSS menunjukkan hasil seperti tabel di bawah ini:

---

<sup>56</sup> Rachmat Kriyantono. 2009. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Kencana Prenada Media Group. Hal 171.

**Tabel 4.29**

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1.	Fasilitas <i>Blackberry</i> <sup>b</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Sikap individu

**Tabel 4.30**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.797 <sup>a</sup>	.636	.632	2.585

a. Predictors: (Constant), Fasilitas *Blackberry*

Pada tabel 4.29 menunjukkan bahwa variabel yang dimasukkan (*entered*) adalah variabel X “Fasilitas *Blackberry*” dan tidak ada variabel yang dihapus (*removed*). Kemudian pada tabel 4.30 Model Summary jika dilihat dari hasil angka *R square* 0,636, yang dimaksud dengan *R square* disini adalah koefisien determinasi. Ini berarti 63,6% dari fasilitas *Blackberry* mempunyai andil besar terhadap variabel sikap. Sedangkan sisanya ( $100\% - 63,6\% = 36,4\%$ ) dipengaruhi oleh faktor lain yang masih perlu penelitian lebih lanjut lagi.

**Tabel 4.31**

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1130.790	1	1130.790	169,239	.000 <sup>a</sup>
	Residual	648.119	97	6.682		
	Total	1778.909	98			

a. Predictors: (Constant), Fasilitas *Blackberry*

b. Dependent Variable: Sikap individu

Untuk data uji Anova (*Analysis of Varians*) di atas, diperlukan hipotesis sebagai berikut:

Ho = Tidak ada pengaruh antara fasilitas *Blackberry* terhadap sikap individual

Ha = Ada pengaruh antara fasilitas *Blackberry* terhadap sikap individual

Pengujian dilakukan dengan menggunakan angka signifikansi atau sig dengan ketentuan sebagai berikut:

Jika angka signifikansi penelitian  $< 0,05$  ; Ho ditolak Ha diterima

Jika angka signifikansi penelitian  $> 0,05$  ; Ho diterima Ha ditolak

Berdasarkan pada hasil perhitungan diperoleh angka sebesar 0,00. Angka signifikansi  $0,00 < 0,05$ . Oleh karena itu Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya ada hubungan linier antara kedua variabel maka variabel fasilitas *Blackberry* memang mempengaruhi variabel sikap

individu. Kesimpulannya model regresi diatas ini sudah benar dan layak.

**Tabel 4.32**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1.	(Constant)	16,226	2,428		6,681	,000
	Fasilitas <i>Blackberry</i>	,920	,071	,797	13,009	,000

a. Dependent Variable: Sikap individu

Berdasarkan hasil tabel *coefficients* diatas pada kolom *unstandardized Coefficients* diperoleh nilai beta pada Constanta sebesar 16,226 sedangkan pada fasilitas *Blackberry* yaitu sebesar 0,920. Nilai tersebut menunjukkan bahwa nilai-nilai yang terbentuk dari persamaan refresi tersebut adalah:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 16,226 + 0,920X$$

Konstanta sebesar 16,226 menyatakan bahwa apabila tidak terdapat variabel fasilitas *Blackberry*, maka besarnya variabel sikap 0,920. Diperoleh nilai beta yaitu 0,920. Oleh karena itu koefisien beta dapat dikatakan positif karena kedua variabel tersebut mempunyai hubungan. Yang dimaksud dengan positif disini adalah semakin tinggi nilai fasilitas *Blackberry* maka akan semakin tinggi pula nilai sikap mahasiswanya.

#### 4.4.6 Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dalam SPSS dapat dilakukan dengan menggunakan kriteria sebagai berikut:<sup>57</sup>

- a. Jika probabilitas < 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima
- b. Jika probabilitas > 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak

Nilai probabilitas hubungan antara “Fasilitas *Blackberry*” dengan “sikap individu” dapat dilihat pada kolom sig (2-tailed) dalam tabel 4.28 hasil uji korelasi dua variabel. Nilai probabilitas hubungan antara “Fasilitas *Blackberry*” dengan “Sikap individu” menunjukkan angka 0,00. Angka probabilitas 0,00 < 0,05 sehingga Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara fasilitas *Blackberry* terhadap sikap individu. Pengujian hipotesis dapat juga dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\begin{aligned}t_{\text{hitung}} &= \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\ &= \frac{0,797 \sqrt{99-2}}{\sqrt{1-(0,797)^2}} \\ &= 2,10\end{aligned}$$

Selanjutnya mencari  $t_{\text{tabel}}$  pada taraf signifikansi 5% atau  $\alpha = 0,05$ ,  $t_{\text{tabel}}$  dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

---

<sup>57</sup> Jonathan Sarwono. 2006. Analisis Data Penelitian Menggunakan SPSS. Hal 88

$$\begin{aligned} \text{DK (derajat kebebasan)} &= n - 2 \\ &= 99 - 2 \\ &= 97 \end{aligned}$$

Setelah diperoleh hasil perhitungan derajat kebebasan pada tabel 4.31 (Anova) yaitu sebesar 97 maka peneliti dapat menentukan  $t_{\text{tabel}}$  pada taraf signifikansi 5% atau yaitu senilai 0,202 Tahap selanjutnya adalah pengujian hipotesis yang memiliki ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima
- b. Jika  $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

Berdasarkan perhitungan nilai  $t$  tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa  $t_{\text{hitung}}$  adalah sebesar 2,10. Sedangkan besar nilai  $t_{\text{tabel}}$  adalah 0,202 Nilai  $2,10 > 0,202$  sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara fasilitas *Blackberry* terhadap sikap individu mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

#### 4.5 Pembahasan

*Handphone* masa kini adalah sebuah produk teknologi yang memanjakan gaya hidup dan keinginan manusia yang tak ada habis-habisnya, sehingga dapat membuat perubahan sikap yang terjadi diantara penggunanya.

*Blackberry* digemari karena kemampuan *multitask*-nya. Fitur-fitur yang menarik disertai dengan kemudahan untuk mengakses informasi yang



cepat serta fitur-fitur tertentu yang hanya dimiliki oleh *handphone* ini menyebabkan masyarakat mulai tertarik untuk menggunakannya, tidak terkecuali mahasiswa.

Salah satu fitur yang menjadi kelebihan *Blackberry* dari *handphone-handphone* lainnya adalah penggunaan *Blackberry Messenger* (BBM). Ini merupakan salah satu fasilitas yang membuat *Blackberry* memiliki daya tarik yang cukup tinggi. BBM ini merupakan fasilitas *chatting* atau fasilitas percakapan singkat yang disediakan *Blackberry*. Dengan menggunakan *Blackberry*, dimanapun dan kapanpun dapat mengakses internet dan *email*. Aktifitas tentu saja menjadi mudah dan cepat. Hal itu juga yang menimbulkan banyaknya fenomena-fenomena didalam kehidupan masyarakat sehari-hari, misalnya menjadi tidak konsentrasi dalam berkendara, maupun dampak yang berpengaruh pada sikap penggunanya.

Dari proses pengolahan dan penyajian data serta analisis dan olahan data-data dari keseluruhan yang didapat dari hasil penelitian. Sehingga dapat disimpulkan jika mahasiswa sangat sering dalam menggunakan fasilitas *Blackberry Messenger* karena untuk melakukan aktivitas sehari-hari dan juga untuk memenuhi kebutuhan akan informasi yang baru.

Lamanya penggunaan fasilitas *Blackberry* pada mahasiswa berkisar sangat lama dan lama, hal tersebut disebabkan oleh jika sudah menggunakan fasilitas *Blackberry Messenger* maka akan mengakibatkan lupa waktu dan tidak menyadari jika mereka sudah terlalu lama melakukan komunikasi melalui fasilitas tersebut.

Hal tersebut juga didukung oleh karena fasilitas *Blackberry* yang mudah digunakan, mahasiswa hanya perlu bertukar nomer pin yang dimiliki oleh setiap pengguna *Blackberry* kemudian akan memudahkan untuk melakukan komunikasi sesama pengguna *Blackberry*.

Fasilitas yang hanya dimiliki oleh *Blackberry* ini selain karena mudah digunakan ada alasan lain, mereka memilih untuk menggunakan *Blackberry* yakni karena *Blackberry* dapat diandalkan dan memiliki fitur yang lebih lengkap serta memiliki desain yang menarik, oleh karena itu para mahasiswa lebih cenderung memilih untuk menggunakan *Blackberry*. Karena kemudahan dan kecepatan yang dimiliki oleh *Blackberry* dalam mengakses berbagai informasi yang dibutuhkan oleh para penggunanya.

Frekuensi mahasiswa dalam menggunakan fasilitas *Blackberry* Messenger dalam jam perkuliahan berlangsung, menunjukkan hal yang tidak seharusnya, yaitu sebanyak 65,7% mahasiswa menggunakan *Blackberry* pada saat jam perkuliahan berlangsung dapat mengganggu konsentrasi mahasiswa dalam menerima materi pelajaran yang sedang disampaikan oleh dosen. Hal ini sesuai dengan teori yang digunakan oleh peneliti yaitu teori determinasi teknologi:

"perubahan yang terjadi diberbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat, dan

teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi lainnya<sup>58</sup>”

Kemudian dari proses pengolahan data dan penyajian data serta analisis dan olahan data-data dari keseluruhan yang didapat dari hasil penelitian. Maka dapat disimpulkan sebagian besar mahasiswa mengetahui tentang *Blackberry* karena sudah banyak menggunakannya dan juga karena sebuah merek yang terkenal, sehingga mereka sangat tertarik untuk menggunakannya.

Selain itu juga mahasiswa pengguna *Blackberry* akan merasa kurang lengkap dalam berpenampilan dalam bergaul dengan yang lain apabila tidak menggunakan *Blackberry* karena teknologi yang satu ini sedang digemari oleh orang banyak.

Mahasiswa meyakini jika menggunakan *Blackberry* akan mendapatkan informasi yang lebih cepat dan terbaru (*up to date*). Kemudian akan menambah kepercayaan diri bagi penggunanya yang di dukung oleh rasa senang, rasa ingin tahu, dan kebutuhan akan pemenuhan diri.

Dari hasil penelitian yang dilakukan lebih lanjut dapat disimpulkan bahwa tingkat kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku menyendiri yakni sangat tinggi (53,5%), hal ini disebabkan karena mereka lebih mendahulukan berkomunikasi menggunakan *Blackberry* dibandingkan dengan melakukan komunikasi dengan orang lain secara tatap muka (langsung). Kemudian menyebabkan penggunanya secara tidak sadar untuk

---

<sup>58</sup> Nurudin, 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Rajagrafindo Persada. 185

melakukan komunikasi menggunakan *Blackberry* secara terus-menerus. Hal ini sesuai dengan teori yang digunakan oleh peneliti yaitu teori dependensi efek komunikasi massa :

“teori ini pada dasarnya merupakan suatu pendekatan struktur masyarakat yang mengatur kecenderungan suatu efek media massa (kognitif, afeksi, dan behavioral).”<sup>59</sup>

Perkembangan teknologi komunikasi dalam bentuk media massa telah membuat dunia semakin kecil. Pendekatan struktur sosial yang berangkat dari gagasan mengenai sifat suatu masyarakat modern (atau masyarakat massa), dimana media massa dapat dianggap sebagai sistem informasi yang mengatur kecenderungan terjadinya suatu efek media massa.

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi, nilai korelasi antara fasilitas *Blackberry* terhadap sikap individu mahasiswa sebesar 0,797, maka dapat diketahui bahwa hal ini menunjukkan bahwa Fasilitas *Blackberry* terhadap Sikap individu mahasiswa adalah hubungannya kuat dan arah hubungannya ialah positif (+), nilai signifikansi  $0,000 < \alpha (0,05)$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Kemudian dilakukan uji regresi, jika dilihat dari hasil angka *R square* 0,636, yang dimaksud dengan *R square* disini adalah koefisien determinasi. Ini berarti 63,6% dari fasilitas *Blackberry* mempunyai andil besar terhadap variabel sikap.

---

<sup>59</sup> Burhan Bungin, 2008. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group. Hal 282

Berdasarkan perhitungan nilai  $t$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $t_{hitung}$  adalah sebesar 21,18. Sedangkan besar nilai  $t_{tabel}$  adalah 0,202. Nilai  $21,18 > 0,202$  sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara fasilitas *Blackberry* terhadap sikap individu mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada mahasiswa pengguna Blackberry di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, maka peneliti dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Fasilitas *Blackberry* yang digunakan oleh sebagian besar mahasiswa penggunanya ialah fasilitas yang diperuntukan khusus bagi konsumen *smartphone* asal Kanada ini adalah *Blackberry Messenger*. Fitur tersebut merupakan fasilitas chatting atau percakapan singkat. Mahasiswa sangat sering (60,6%) dan lama (58,6%) dalam menggunakan fitur tersebut. Serta didukung oleh tampilan desain yang menarik dan aplikasi fitur yang mudah untuk digunakan.
2. Sikap yang ditunjukkan oleh sebagian besar mahasiswa yang mengetahui tentang *Blackberry* karena sudah banyak menggunakannya dan juga karena sebuah merek yang terkenal, sehingga mereka sangat tertarik (64,6%) untuk menggunakannya. Kemudian akan menambah kepercayaan diri (54,5%) bagi penggunanya yang di dukung oleh rasa senang, rasa ingin tahu, dan kebutuhan akan pemenuhan diri. Dan tingkat kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku menyendiri yakni sangat tinggi (53,5%), hal ini disebabkan karena mereka lebih mendahulukan berkomunikasi menggunakan *Blackberry Messenger* dibandingkan dengan

melakukan komunikasi dengan orang lain secara tatap muka (langsung). Kemudian menyebabkan penggunaanya secara tidak sadar untuk melakukan komunikasi menggunakan *Blackberry Messenger* secara terus-menerus.

3. Pengaruh fasilitas *Blackberry Messenger* terhadap sikap individu mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa. Peneliti menganalisis dengan dilakukan uji regresi, jika dilihat dari hasil angka *R square* 0,636, yang dimaksud dengan *R square* disini adalah koefisien determinasi. Ini berarti 63,6% dari fasilitas *Blackberry Messenger* mempunyai andil besar terhadap variabel sikap. Sehingga dapat disimpulkan sebesar 63,6% fasilitas *Blackberry Messenger* mempengaruhi sikap individu mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.

### 5.1 Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh fasilitas *Blackberry Messenger* terhadap sikap individu mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, maka peneliti memberikan beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi mahasiswa dalam menanggapi kemajuan teknologi yang sedang berkembang pesat. Adapun saran-saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Dalam hal menggunakan suatu teknologi yang sedang digemari, hendaknya diiringi dengan tanggung jawab yang dimana dalam segi pemakaian fasilitas *Blackberry Messenger* hendaknya tidak dilakukan pada saat jam perkuliahan berlangsung. Karena akan mengganggu

konsentrasi penerimaan materi. Dan sebaiknya diberi teguran langsung dari pihak dosen yang mengetahuinya, agar kegiatan perkuliahan kembali kondusif.

2. Sikap menyendiri yang terlihat pada mahasiswa hendaknya tidak dilakukan karena manusia merupakan makhluk sosial yang dimana membutuhkan orang lain. Bersikap hening dalam diri sendiri sehingga kemampuan untuk mendengarkan bisa jadi sulit dilakukan. Namun ketika kita mendengarkan, sebuah percakapan akan menjadi mudah. Saat kepala kita memikirkan kalimat yang diucapkan selanjutnya, kita kehilangan alur pembicaraan dan tidak sanggup mengikutinya.