

# Pengaruh Persepsi Mengenai Performa BlackBerry dan Intensitas Penggunaan Fitur BlackBerry *Messenger* Terhadap Perilaku Komunikasi Interpersonal

Gita Adistya Annabella

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta

Jl. Babarsari No. 2 Tambakbayan Yogyakarta 55282, Telp. (0274) 485268

HP. 0857 2921 4747 / e-mail: [holidaysummer10@yahoo.com](mailto:holidaysummer10@yahoo.com)

## **Abstract**

*Mobile phones with advanced technologies have managed to siphon attention of the principals of communication, especially gadget lovers. One of the smart phone that became a phenomenon among the people, especially college students today is a brand of mobile phones BlackBerry (BB). BlackBerry is a mobile phone that carries its own charm by offering all kinds of convenience and advantages for its users than other smart phones. The purpose of this study was to determine the effect of perceptions about the performance of the BlackBerry and the intensity of the use of BlackBerry Messenger feature of interpersonal communication behavior. This type of study is quantitative. The method used is survey method that takes a sample of 96 student respondents FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta. Data analysis technique used is the Product Moment Correlation analysis, Multiple Correlation Analysis, Simple Linear Regression Analysis and Multiple Regression Analysis with SPSS V.15.0 for windows. Based on the results of research conducted, it is known that there is a significant relationship between perceptions about the performance of the BlackBerry and the intensity of the use of BlackBerry Messenger feature of interpersonal communication behavior. Based on simple linear regression test results obtained that there is influence perceptions about the performance of the BlackBerry and the intensity of use of the features of BlackBerry Messenger interpersonal communication behavior. The analysis showed that the theory of Social Behavior and social learning theory are relevant for use in testing the influence of perceptions about the performance of the BlackBerry and the intensity of the use of BlackBerry Messenger feature of interpersonal communication behavior.*

**Key words:** Perception, Intensity, interpersonal communication

## **Abstrak**

Ponsel dengan teknologi canggih telah berhasil menyedot perhatian para pelaku komunikasi, khususnya pecinta gawai. Salah satu ponsel pintar yang menjadi fenomena di kalangan masyarakat, khususnya mahasiswa saat ini adalah merek ponsel BlackBerry (BB). BlackBerry adalah ponsel yang membawa pesona sendiri dengan menawarkan segala macam kenyamanan dan keuntungan bagi penggunaanya daripada ponsel pintar lainnya. Pengaruh Persepsi Terhadap Kinerja BlackBerry dan Intensitas Penggunaan Fitur BlackBerry Messenger terhadap Perilaku Komunikasi Interpersonal Jenis studi ini bersifat kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei yang mengambil sampel dari 96 responden mahasiswa FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis Korelasi Momen Produk, Analisis Korelasi Ganda, Analisis Regresi Linear Sederhana dan Analisis Regresi Ganda dengan SPSS V.15.0 untuk windows. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa ada hubungan yang signifikan antara persepsi tentang kinerja BlackBerry dan intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger perilaku komunikasi interpersonal. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana yang diperoleh bahwa ada persepsi pengaruh tentang kinerja BlackBerry dan intensitas penggunaan fitur perilaku komunikasi interpersonal BlackBerry Messenger. Analisis menunjukkan bahwa teori Perilaku Sosial dan teori pembelajaran sosial relevan untuk digunakan dalam menguji pengaruh persepsi tentang kinerja BlackBerry dan intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger dari perilaku komunikasi interpersonal.

**Kata kunci:** Persepsi, Intensitas, komunikasi interpersonal

## **Pendahuluan**

Dalam kehidupan kesehariannya, manusia sebagai makhluk sosial berinteraksi dengan orang lain, bersimpati pada kerabatnya, dan bersikap baik dengan menyesuaikan diri pada

lingkungan sosial. Komunikasi merupakan bentuk interaksi antara dua makhluk hidup atau lebih. Lewat komunikasi, orang-orang berusaha mendefinisikan sesuatu. Dalam melakukan suatu komunikasi, ada istilah yang disebut

dengan persepsi. Persepsi merupakan inti dari komunikasi. Persepsi disebut sebagai inti komunikasi, karena jika persepsi suatu individu tidak akurat, tidak mungkin suatu individu dapat berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang akan menentukan suatu individu memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Persepsi ini juga yang akan menentukan maupun yang akan mengubah perilaku individu dalam menerima dan menganalisis informasi.

Persepsi merupakan proses internal yang memungkinkan tiap individu untuk memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan sekitar, dan proses tersebut yang akan mempengaruhi perilaku individu tersebut. Persepsi ini juga terjadi karena adanya interaksi yang disebut dengan komunikasi interpersonal. Dimana seseorang menerima stimulus dari pihak lain kemudian meresponnya. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua orang atau lebih secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung. Baik secara verbal maupun non verbal.

Cara setiap individu melakukan komunikasi dengan media kini beragam. Karena kebutuhan yang semakin banyak maka komunikasi pun tak lepas dari teknologi. Dengan adanya kemajuan teknologi dalam berkomunikasi saat ini, jarak dan waktu sudah bukan merupakan alasan sebagai penghalang untuk tidak melakukan komunikasi. Teknologi memiliki lebih dari satu definisi. Salah satunya adalah pengembangan dan aplikasi dari alat, mesin, material dan proses yang menolong manusia menyelesaikan masalahnya. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia membawa berbagai dampak bagi masyarakat khususnya di kota Yogyakarta; mulai dari internet, televisi, surat kabar, radio, maupun telepon selular.

Telepon selular adalah salah satu media komunikasi yang paling akrab dengan manusia. Telepon selular merupakan alat telekomunikasi yang dapat menghubungkan kerabat atau

sanak saudara kita di tempat berbeda dengan berbagai jarak tempuh dalam satu waktu. Seiring dalam perkembangannya, model dan jenis telepon selular kini telah banyak bermunculan dan berevolusi mengikuti trennya.

*Smart phone* ini lahir karena makin krusialnya kebutuhan manusia untuk melakukan komunikasi selain ber sms maupun hanya sekedar menelpon. Adanya kebutuhan individu untuk mengirim data melalui e-mail tanpa harus menggunakan komputer atau laptop yang dirasa kurang praktis, kebutuhan informasi yang cepat, bahkan kebutuhan akan penunjuk jalan yang disebut dengan *General Positioning System* (GPS) saat ini sudah ada dalam satu ponsel.

Salah satu *smart phone* yang dapat menghadirkan beberapa fitur tersebut dan kini sedang menjadi fenomena serta gaya hidup di Indonesia khususnya adalah BlackBerry (BB). Telepon selular ini merupakan produk *handphone* yang menggunakan tombol *querty* pertama yang masuk kedalam pasar telepon selular di Indonesia. BlackBerry sudah masuk di pasar *handphone* Indonesia dari tahun 2005 dan mengalami pertumbuhan pada jumlah pengguna BlackBerry yang meningkat tajam dari tahun 2008-2010. Fenomena perkembangan BlackBerry di Indonesia terhitung yang tercepat di dunia. Pembuat BlackBerry asal Kanada Research In Motion (RIM), mengatakan bahwa pengguna BlackBerry Indonesia merupakan pasar yang unik dan potensial.

Jumlah pengguna BlackBerry di Indonesia pada pertengahan tahun 2009 saja sudah berkisar 300-400 ribu pelanggan, diproyeksi akan menjadi yang terbanyak di seluruh dunia dalam waktu dekat. Bahkan dalam kurun dua tahun sejak dikenalkan di Indonesia, pertumbuhannya melesat hampir 500% pada periode 2007-2008. Maka tak heran jika diperkirakan pengguna BlackBerry di Indonesia akan menjadi yang terbanyak di dunia. Asosiasi Telepon Seluler Indonesia (ATSI) mencatat pengguna BlackBerry di Indonesia sudah menembus angka 1 juta sampai Maret 2010.

BlackBerry saat ini sedang menjadi tren dikalangan masyarakat dan sebagian besar mahasiswa pada umumnya sehingga penulis merasa dengan hadirnya telepon selular ini, terdapat dampak dengan adanya perubahan perilaku pengguna BlackBerry terhadap hubungan komunikasi interpersonal yang sering disebut-sebut oleh kebanyakan orang adalah perilaku “autism” yang ditimbulkan terhadap suatu *gadget*. Selain itu karena adanya pengaruh yang cukup besar ditimbulkan oleh fitur ini terhadap perubahan perilaku komunikasi interpersonal sehingga sebegitu fenomenalnya dapat mengubah perilaku pengguna fitur tersebut. Hal ini dirasa sangat ironis, mengingat kegiatan berkomunikasi yang paling penting dan efektif adalah dengan berkomunikasi secara langsung.

Kini budaya saling bertegur sapa seolah luntur dari permukaan dikarenakan saat berkumpul bersama pun mereka lebih memilih sibuk dengan BlackBerry nya masing-masing daripada berbincang secara langsung. Perubahan itu telah membawa manusia pada komunikasi yang bersifat maya, tidak ada lagi kontak langsung, tidak ada lagi kehangatan kebersamaan. Kondisi seperti ini harus diperbaiki oleh semua pihak, sebelum kehangatan dalam berkomunikasi menjadi punah dan lebih parah lagi mengakibatkan kesenjangan sosial diantara pengguna BlackBerry dengan pengguna telepon selular non BlackBerry.

Dengan adanya masalah yang telah diungkapkan sebelumnya, penelitian ini ditujukan untuk dapat menjelaskan pengaruh persepsi mengenai performa BlackBerry dan intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger terhadap komunikasi interpersonal dan untuk mengetahui ada tidaknya perubahan perilaku yang terjadi serta apa saja dampak yang ditimbulkan oleh pengguna *gadget* tersebut.

### Metode Penelitian

Penelitian yang dipakai adalah penelitian survey korelasional. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan

kuantitatif. Pada penelitian kuantitatif akan dipergunakan alat ukur statistik untuk menguji data yang terdiri dari angka-angka numerik. Tujuan penggunaan pendekatan ini adalah agar konsep yang melandasi penelitian lebih mudah dipahami secara statistik, menjelaskan fenomena secara lebih terukur, memperoleh hasil yang dapat digeneralisasikan, serta berbagai pembuktian.

Penelitian ini memiliki beberapa variabel yang menjadi bahan kajian. Variabel bebas (*independent variable*) yaitu variabel yang mempengaruhi variasi perubahan nilai variabel terikat. Dalam penelitian ini, sebagai variabel bebas adalah persepsi performa BlackBerry dan intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger (x). Variabel terikat (*dependent variable*) yaitu variabel yang nilainya tergantung dari variasi perubahan nilai variabel lainnya. Variabel terikat dari penelitian ini adalah komunikasi interpersonal (y).

Jadi, dalam penelitian ini dapat diperoleh beberapa variabel sebagai berikut: Variabel bebas (x1) : Persepsi mengenai performa BlackBerry. Variabel bebas (x2): Intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger. Variabel terkait (y): Perilaku komunikasi Interpersonal Variabel yang diteliti menggunakan skala interval, yaitu mengurutkan orang atau obyek berdasarkan suatu atribut. Selain itu, juga memberikan informasi tentang interval antara satu orang atau obyek dengan orang atau obyek lainnya. Interval atau jarak yang sama pada skala interval dipandang sbagai mewakili interval atau jarak yang sama pula pada obyek yang diukur. Dalam hal ini adalah perubahan cara berkomunikasi melalui media baru dan komunikasi interpersonal (Singarimbun, 1995:103).

Objek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UPN “Veteran” Yogyakarta yang berjumlah 2409 orang yang terdiri dari angkatan tahun 2008, 2009 dan 2010 (Sumber: Data pengajaran Fisip Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta, 2011).

Dalam pengambilan sampel, terdapat teknik penarikan sampel atau teknik sampling. Teknik yang digunakan adalah accidental sampling (sampel aksidensial). Sampel aksidensial ini adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan dijumpai, atau siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti yang dapat dipergunakan sebagai sampel, jika dipandang orang kebetulan ditemui itu, maka hal tersebut cocok sebagai sumber data (Ruslan, 2004:156).

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan perhitungan analisis product moment terhadap item-item kuesioner dengan

program statistik *SPSS 15.0 For Windows*. Hasil uji analisis dikatakan valid sebagai instrumen penelitian apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

Jumlah responden yang digunakan data uji coba angket disini ada 30 orang pengguna produk BlackBerry. Melihat  $r$  table pada kolom dengan signifikansi 1% di kolom ke 30 diperoleh  $r$  table sebesar 0,463. Jika  $r_{xy}$  lebih besar dari  $r$  tabel maka butir tersebut dinyatakan valid, begitu juga sebaliknya jika  $r_{xy}$  lebih kecil dari  $r$  tabel, maka butir dinyatakan gugur. Berikut Tabel 1 merupakan table uji validitas pengaruh persepsi mengenai performa BlackBerry.

Tabel 1. Hasil uji validitas variable X1

No	Aspek	Butir	R tabel	$r_{xy}$	Status
1.	Perhatian	1	0,463	0,548	Valid
		2	0,463	0,637	Valid
		3	0,463	0,775	Valid
		4	0,463	0,649	Valid
		5	0,463	0,665	Valid
2.	Penilaian	6	0,463	0,564	Valid
		7	0,463	0,901	Valid
		8	0,463	0,457	Tidak valid
		9	0,463	0,725	Valid
3.	Pengalaman masa lalu	10	0,463	0,548	Valid
		11	0,463	0,510	Valid
		12	0,463	0,771	Valid
		13	0,463	0,632	Valid
		14	0,463	0,562	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2011)

Tabel 2. Hasil uji validitas variabel X2

No	Aspek	Butir	R tabel	rx <sub>y</sub>	Status
1.	Perhatian	15	0,463	0,398	Tidak Valid
		16	0,463	0,470	Valid
		17	0,463	0,644	Valid
2.	Frekuensi	18	0,463	0,683	Valid
		19	0,463	0,206	Tidak Valid
		20	0,463	0,717	Valid
		21	0,463	0,592	Valid
		22	0,463	0,541	Valid
3.	Durasi	23	0,463	0,524	Valid
		24	0,463	0,515	Valid
		25	0,463	0,485	Valid

Sumber: data primer yang diolah, 2011

Selanjutnya hasil uji variabel intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger ditunjukkan dengan tabel 2. Tabel hasil uji variabel perilaku komunikasi interpersonal ditunjukkan oleh Tabel 3.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas X dan Y

Variabel X	Cronbach's Alpha	Status
Pengaruh Persepsi Mengenai Performa Blackberry	0,896	Reliabel
Intensitas Penggunaan Fitur Blackberry	0,794	Reliabel

  

Variabel Y	Cronbach's Alpha	Status
Perilaku Komunikasi Interpersonal	0,877	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah (2011)

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menghitung besarnya nilai *Cronbach's Alpha* instrumen dari masing-masing lima dimensi yang diuji. Apabila nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan reliabel. Jika nilai *Cronbach's Coefficient Alpha* lebih kecil 0,6, maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat ukur dinilai dinyatakan tidak reliabel. Berikut adalah tabel 4 menjelelaskan reliabilitas.

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui pengaruh persepsi mengenai performa BlackBerry dan intensitas

Table 3. hasil uji validitas variabel Y

No	Aspek	Butir	R tabel	rx <sub>y</sub>	Status
1.	Kontak individu	26	0,463	0,816	Tidak
		27	0,463	0,780	Valid
		28	0,463	0,836	Valid
		29	0,463	0,793	Valid
		30	0,463	0,785	Valid
2.	Proses Berkomunikasi	31	0,463	0,603	Valid
		32	0,463	0,668	Valid
		33	0,463	0,580	Valid
		34	0,463	0,515	Valid
		35	0,463	0,544	Valid
		36	0,463	0,526	Valid

Sumber: Data primer yang diolah (2011)

penggunaan fitur BlackBerry messenger terhadap perilaku komunikasi interpersonal pada mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta. Analisa data ini melalui dua tahap yaitu analisa kualitatif dan analisa kuantitatif.

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa sebanyak 8 orang atau 8% dalam kategori rendah, sebanyak 24 orang atau 25% dalam kategori sedang, sebanyak 58 orang atau 60%

dalam kategori tinggi dan sebanyak 6 orang atau 7% dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pengaruh persepsi mengenai performa BlackBerry tergolong tinggi.

Kondisi ini membuktikan bahwa mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta mempunyai perhatian dan penilaian yang tinggi terhadap performa BlackBerry. Hal ini dapat dibuktikan dari pendapat salah satu responden pada saat

Tabel 5. Pengaruh Persepsi Mengenai Performa BlackBerry

Interval	Tingkat penilaian	Frekuensi	%
14 – 25,2	Sangat Rendah	-	-
25,3 – 36,5	Rendah	8	8
36,6 – 47,8	Sedang	24	25
47,9 – 59,1	Tinggi	58	60
59,2 – 70	Sangat Tinggi	6	7
<b>JUMLAH</b>		<b>96</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2011

Tabel 6. Intensitas Penggunaan Fitur BlackBerry Messenger

Interval	Tingkat penilaian	Frekuensi	%
11-19,8	Sangat Rendah	1	1
19,9-28,7	Rendah	14	14
28,8-37,6	Sedang	40	42
37,7-46,5	Tinggi	31	32
46,6-55	Sangat Tinggi	10	11
<b>JUMLAH</b>		<b>96</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2011

peneliti melakukan survai yang menyatakan bahwa performa BlackBerry lebih modern dan lebih canggih dibandingkan performa dari ponsel lain yang telah dimiliki responden sebelumnya.

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa sebanyak 1 orang atau 1% dalam kategori sangat rendah, sebanyak 14 orang atau 14% dalam kategori rendah, sebanyak 40 orang atau 42% dalam kategori sedang, sebanyak 31 orang atau 32% dalam kategori tinggi dan sebanyak 10 orang atau 11% dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger pada mahasiswa UPN "Veteran" Yogyakarta tergolong sedang.

Kondisi ini membuktikan bahwa tingkat intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger tidak terlalu ekstrim, atau sedang. Hal ini dapat dibuktikan dari Tanya jawab peneliti pada responden mengenai penggunaan BlackBerry Messenger yang menyatakan bahwa beberapa responden pengguna BlackBerry tidak hanya menggunakan BlackBerry Messenger sebagai media berkomunikasi, tetapi responden juga masih membutuhkan kegiatan lain dan hanya sesekali memerlukan informasi sehubungan dengan keingin tahunya melauai fitur tersebut yang tidak didapatkan pada saat berkomunikasi tatap muka.

Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa sebanyak 12 orang atau 13% dalam kategori sedang, sebanyak 56 orang atau 58% dalam kategori tinggi dan sebanyak 28 orang atau 29% dalam kategori sangat tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa perilaku komunikasi interpersonal pada responden yang diteliti tergolong tinggi.

Hal di atas membuktikan bahwa kebutuhan akan kontak individu dan proses berkomunikasi mahasiswa FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta secara tatap muka tergolong tinggi. Hal ini diperoleh dari hasil survai penulis pada responden yang menyatakan bahwa responden masih membutuhkan komunikasi secara tatap muka atau *face to face* untuk menyempurnakan proses berkomunikasi disamping melakukan komunikasi secara interpersonal melalui media BlackBerry Messenger.

Persepsi adalah inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian-balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. (Mulyana, 2005:167). Persepsi berlangsung saat seseorang menerima stimulus dari dunia luar yang ditangkap oleh organ-organ bantunya yang kemudian masuk kedalam otak. Di dalamnya terjadi proses berpikir yang pada akhirnya terwujud dalam sebuah pemahaman. Pemahaman ini yang kurang lebih disebut persepsi. (Sarwono, 2010:86).

Dalam penelitian ini yang diteliti adalah persepsi mengenai performa BlackBerry. Persepsi individu inilah yang akan menentukan seberapa tertariknya individu terhadap performa BlackBerry melalui tampilannya. Melalui visualisasi performa BlackBerry, akan diketahui seberapa besar kebutuhan individu untuk mendapatkan informasi secara langsung melalui fitur yang ditawarkan oleh BlackBerry. Selain itu persepsi tentang performa BlackBerry ini dapat dilihat bahwa mahasiswa FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta mempunyai perhatian dan penilaian terhadap performa

Tabel 7. Perubahan Komunikasi Interpersonal

Interval	Tingkat penilaian	Frekuensi	%
11-19,8	Sangat Rendah	-	-
19,9-28,7	Rendah	-	-
28,8-37,6	Sedang	12	13
37,7-46,5	Tinggi	56	58
46,6-55	Sangat Tinggi	28	29
<b>JUMLAH</b>		<b>96</b>	<b>100</b>

Sumber: Data primer yang diolah, 2011

BlackBerry yang tinggi, serta responden dapat membandingkan secara fisik ponsel biasa dengan BlackBerry yang responden gunakan saat ini.

Hal di atas diperkuat oleh hasil pengujian korelasi (hubungan), di mana hasil didapat bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan antara pengaruh persepsi mengenai performa BlackBerry terhadap perilaku komunikasi interpersonal. Adanya hubungan tersebut disebabkan karena BlackBerry tersebut merupakan produk telekomunikasi baru yang dianggap lebih memudahkan tiap individu dalam berkomunikasi khususnya melalui media virtual. Sehingga menyebabkan terjadinya hubungan yang positif dengan perilaku komunikasi interpersonal pada mahasiswa FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta.

BlackBerry pertama kali diperkenalkan pada tahun 1997 oleh perusahaan Kanada, Research In Motion (RIM). Didirikan oleh seorang imigran Yunani di kota Waterloo, Kanada. BlackBerry adalah perangkat selular yang memiliki kemampuan layanan push e-mail, telepon, sms, menjelajah internet, messenger (BlackBerry Messenger/BBM), dan berbagai kemampuan nirkabel lainnya.

Dengan kemampuan performa yang cukup menarik BlackBerry berhasil menarik perhatian para pecinta gadget khususnya dalam kategori *smart phone*. BlackBerry merupakan telepon selular yang memudahkan penggunaannya dalam berkomunikasi. Jika sebelum BlackBerry muncul ke pasaran, orang-orang masih menggunakan laptop dan modem bahkan harus pergi ke warung internet (warnet) untuk mengakses internet. Layanan internet yang ada di ponsel biasa juga belum bisa membantu pengguna telepon seluler biasa untuk mengakses internet dengan cepat. Hal ini dikarenakan jaringan internet di ponsel biasa terkadang susah didapat. Namun dengan hadirnya BlackBerry, kesulitan dalam berinternet terjawab sudah. Hanya dengan berlangganan *BlackBerry Internet Service* (BIS) pengguna *smart phone* ini sudah dapat mengakses internet dengan berbagai macam aplikasi jejaring sosial yang disediakan oleh fitur BlackBerry.

Selain persepsi, komunikasi juga dipengaruhi oleh intensitas. Intensitas merupakan kekuatan sebarang tingkah laku atau sebarang pengalaman, seperti intensitas suatu reaksi emosional. Intensitas bisa juga diartikan sebagai kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau sikap (Chaplin, 1981:254).

Melalui intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger yang terdapat di BlackBerry pelaku komunikasi dapat mengetahui informasi yang disampaikan oleh komunikator dan komunikan juga dapat mengerti dengan jelas, yang dapat juga berakibat pada perubahan sikap. Dampak pada seringnya seseorang melakukan komunikasi berakibat pada seseorang tersebut dapat mengetahui keadaan orang yang diajak berkomunikasi melalui fitur tambahan yang ada di dalam telepon selular, dan komunikator dapat menyampaikan isi tujuan pesannya melalui media tersebut.

Dengan adanya intensitas dalam berkomunikasi menggunakan fitur BlackBerry Messenger tersebut menimbulkan pengaruh yang signifikan terhadap porsi dalam melakukan komunikasi interpersonal khususnya secara tatap muka. Devito dalam Liliweri (1997:12) menyatakan bahwa komunikasi antarpribadi merupakan pengiriman pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain dengan efek dan umpan balik yang langsung.

Kemudian dalam penelitian ini terdapat pula adanya hubungan yang positif pada intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger terhadap perilaku komunikasi interpersonal pada mahasiswa FISIP Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Pengaruh yang didapat dari analisis regresi linier sederhana diketahui perilaku komunikasi interpersonal dapat dijelaskan oleh intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger ( $R^2$ ) sebesar 0,146 yang berarti bahwa intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger hanya dapat memberikan pengaruh yang tidak terlalu besar terhadap perilaku komunikasi interpersonal pada mahasiswa FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta yaitu sebesar 14,6%.



Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta masih membutuhkan komunikasi interpersonal dengan cara tatap muka langsung. Disini responden masih mengimbangi antara sosialisasi dengan dunia nyata dengan dunia virtual. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya kecanggihan dalam bidang teknologi tidak mengurangi atau tidak semata-mata dapat merubah perilaku individu untuk tidak bersosialisasi dengan lingkungan sekitarnya dan berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Hal ini dapat disebabkan karena adanya faktor lingkungan yang mendukung tiap individu untuk bersosialisasi. Baik secara internal maupun eksternal.

Berkaitan dengan hal ini, teori behaviorisme dapat diterapkan dalam penelitian ini. Dipandang dari timbulnya pengaruh persepsi mengenai performa BlackBerry sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi perubahan perilaku suatu individu yang ditunjukkan dengan adanya intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger.

Dimana dalam teori ini performa BlackBerry menyebabkan timbulnya persepsi masuk ke dalam unit “rangsangan” (*stimuli*). Dan faktor lingkungan dengan adanya intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger dimasukkan ke dalam unit yang dinamakan “tanggapan” (*responses*). Dengan begitu, satu rangsangan dan tanggapan bisa berasosiasi satu sama lainnya, dan menghasilkan satu bentuk hubungan fungsional.

Jadi, dalam teori behavior ini dapat diketahui bahwa setiap perilaku yang beroperasi dalam suatu lingkungan dengan cara tertentu, dapat memunculkan akibat atau perubahan dalam lingkungan tersebut. Proses di mana akibat atau perubahan yang terjadi dalam lingkungan memperkuat perilaku tertentu di masa datang. Hal ini sesuai dengan prinsip teori behaviorisme yaitu semua bentuk tingkah laku di kembalikan pada reflek, juga sesuai dengan ciri teori behaviorisme yaitu mementingkan faktor lingkungan.

Selain itu, penelitian ini juga memiliki kaitan dengan teori pembelajaran sosial yang merupakan pengembangan dari teori behavior. Tidak berbeda jauh dengan teori behavior yang sebelumnya telah dibahas, teori ini menerima sebagian besar prinsip-prinsip dari teori-teori belajar perilaku, tapi lebih menekankan pada efek-efek dan isyarat-isyarat pada perilaku, dan proses-prose mental internal.

Dalam penelitian ini, adanya intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger bisa disebabkan oleh faktor lingkungan. Artinya, penggunaan masal produk BlackBerry yang menomor satukan fitur BBM tersebut sedikit banyak telah mempengaruhi para pengguna telepon selular lainnya. Hal ini bisa dikarenakan karena pengguna BlackBerry di lingkungan tertentu merupakan suatu mayoritas. Maka pengguna minoritas pun mulai mempunyai keinginan untuk menggunakan BlackBerry. Sehingga lingkungan-lingkungan itu kerap kali dipilih dan diubah oleh individu melalui perilakunya sendiri.

Dengan begitu penelitian ini cocok dengan teori pembelajaran sosial karena teori ini menekankan lingkungan sebagai penentu perilaku yang penting dan bukan faktor0faktor internal individu. Artinya, dalam penelitian ini menunjukkan bagaimana tiap individu belajar untuk memproses lingkungan termasuk situasi yang berubah-ubah dan pola respon yang mereka pelajari. Misalnya, dalam intensitas penggunaan fitur BBM ini, pengguna masih berfikir tentang ada tidaknya manfaat dari fitur tersebut. Setelah melalui proses pencarian informasi dan penjelasan mengenai kegunaan fitur tersebut, individu mulai mempersepsi, berfikir dan memutuskan untuk menggunakan BBM sebagai media berkomunikasi secara interpersonal. Hal ini sesuai dengan prose yang terdapat pada teori pembelajaran sosial, yaitu bagaimana perilaku individu dipengaruhi oleh lingkungan

melalui penguat. Penguat yang dimaksud adalah penjelasan dan pemberian informasi dari pengguna BlackBerry kepada pengguna ponsel lain.

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil dari analisis data penelitian yang telah diuraikan, dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu: Terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh persepsi mengenai performa BlackBerry terhadap perilaku komunikasi interpersonal. Hal tersebut didapat dari hasil analisis korelasi diketahui  $r$  hitung  $0,333 > r$  tabel  $0,263$  dengan nilai signifikansi  $0,000$  dan taraf kesalahan sebesar  $0,01$ . Terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan BlackBerry Messenger terhadap perilaku komunikasi interpersonal. Hal tersebut didapat dari hasil analisis korelasi diketahui  $r$  hitung  $0,382 > r$  tabel  $0,263$  dengan nilai signifikansi  $0,000$  dan taraf kesalahan sebesar  $0,01$ . Terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh persepsi mengenai performa BlackBerry dan intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger terhadap perilaku komunikasi interpersonal. Hal tersebut didapat dari hasil perhitungan analisis korelasi ganda yang harganya lebih besar dibandingkan korelasi individual  $ryx_1$  sebesar  $0,333$  dan  $ryx_2$  sebesar  $0,382$  yaitu sebesar  $0,409$ . Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengaruh persepsi mengenai performa BlackBerry terhadap perilaku komunikasi interpersonal sebesar  $11,1\%$ . Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger terhadap perilaku komunikasi interpersonal sebesar  $14,6\%$ . Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengaruh persepsi mengenai performa BlackBerry dan intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger terhadap perilaku komunikasi interpersonal sebesar  $16,7\%$ .

Hasil penelitian ini menjawab tujuan dan hasil hipotesis pada bab sebelumnya bahwa terdapat perubahan dan adanya hubungan

pada perilaku komunikasi interpersonal secara signifikan yang disebabkan oleh adanya pengaruh performa BlackBerry dan intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger. Namun, perubahan yang ditunjukkan tidak terlalu ekstrim. Hal ini dibuktikan dari perhitungan statistik yang menunjukkan hanya  $16,7\%$  pengaruh yang positif dan signifikan antara pengaruh persepsi performa BlackBerry dan intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger terhadap perilaku komunikasi interpersonal. Artinya, dalam hasil penelitian ini responden masih lebih mementingkan berkomunikasi secara tatap muka dibandingkan dengan melalui media dengan berbagai alasan.

Selain itu, penelitian ini dapat dikatakan relevan dengan teori behavior maupun teori pembelajaran sosial. Teori behavior menganalisis perilaku yang tampak, yang diukur, dilukiskan dan diramalkan dari adanya persepsi yang masuk. Maksudnya, perubahan itu terjadi melalui rangsangan yang menimbulkan perilaku reaktif berdasarkan hukum-hukum mekanistik. Stimulan tersebut tidak lain adalah lingkungan belajar, baik internal maupun eksternal. Sedangkan respons adalah akibat atau dampak berupa reaksi fisik terhadap stimulans. Jadi dengan hadirnya performa BlackBerry yang hadir ditengah-tengah masyarakat modern saat ini membuat masyarakat belajar akan fungsi dan manfaat yang diperoleh dari BlackBerry tersebut. Hal itu akan menimbulkan reaksi terhadap masyarakat pengguna BlackBerry, yaitu terjadinya intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger terhadap perilaku komunikasi interpersonal pada tiap individu.

Lalu teori pembelajaran sosial yang juga merupakan perluasan dari teori behavioristik menegaskan bahwa lingkungan sebagai penentu perilaku yang penting. Teori pembelajaran sosial menjelaskan dan memprediksi perilaku dengan melihat cara lain yang dilakukan individu dalam memproses informasi, terutama cara dalam berkomunikasi secara

interpersonal. Hal ini berkaitan dengan intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger terhadap perilaku komunikasi interpersonal, yang mana jika lingkungan individu masih memungkinkan untuk bersosialisasi secara langsung dengan adanya kebiasaan-kebiasaan untuk tetap bersosialisasi dengan lingkungan sekitar, maka akan terjadi keseimbangan khususnya pada komunikasi interpersonal secara virtual maupun melalui tatap muka.

#### Daftar Pustaka

- Chaplin, J.P., 1981, *Kamus Lengkap Psikologi*, Penerjemah: Kartono, Kartini, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Liliwari, Alo, 1997, *Komunikasi Antarpribadi*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Mulyana Deddy, 2005, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Ruslan, Rosady, 2004, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sarwono, Sarlito W, 2010, *Pengantar Psikologi Umum*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi, 1995, *Metode Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta.