

**Smartphone dan Pemaknaannya Di Kalangan Kaum Muda Karawang:
(Studi Kritis Atas Subjektivitas Pengguna Smartphone)**

Weni Adityasning Arindawati

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Singaperbangsa Karawang
Email: weni.adityasning@fisip.unsika.ac.id

ABSTRACT

The digital age allows anyone to easily access the internet through a smartphone at any time and place. Young people who consider the phase are still in the process of character formation, relatively open to changes from the outside tend to be dynamic. The conception of young people who are active, dynamic and sensitive to changes in this study above discussion of young people who use smartphones not only supports communication, but also helps other things that can be interpreted in accordance with cultural cooperation that produces new cultural meaning. This study aims to gain an understanding of the meaning of smartphones for its users, namely young people in Karawang. This study uses consideration of technological determination that emphasizes the aspect of subjectivity as smartphone users on the meaning of the communication tools they mean in their lives.

Keywords: Smartphone, Cultural Meaning, Determinism Technology, McLuhan

ABSTRAK

Era digital sekarang telah memungkinkan setiap orang mudah mengakses internet melalui smartphone mereka di mana dan kapan pun. Kaum muda yang dianggap masanya masih dalam proses pembentukan karakter, relatif terbuka terhadap perubahan dari luar sehingga cenderung dinamis. Konsepsi mengenai kaum muda yang aktif, dinamis dan peka terhadap perubahan kontemporer pada kajian ini lebih merujuk pada kalangan mahasiswa yang menggunakan smartphone bukan hanya sekadar alat komunikasi saja, namun juga berfungsi sebagai hal lain yang mampu dimaknai sesuai dengan praktik budaya mereka yang memproduksi makna budaya baru atau "makna kultural" (cultural meaning). Kajian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman tentang pemaknaan smartphone menurut penggunaannya, yaitu kaum muda Karawang. Kajian ini menggunakan pendekatan determinisme teknologi yang menekankan pada aspek subjektivitas sebagai pengguna smartphone terhadap makna alat komunikasi yang mereka miliki dalam kehidupan mereka.

Kata Kunci : Smartphone, Makna Kultural, Determinisme Teknologi, McLuhan

PENDAHULUAN

Ericsson Mobility Report yang pernah merilis hasil riset pada kuartal ketiga 2018 bahwa konsumsi data konsumen pengguna internet pada bulan Oktober 2018 telah mengalami peningkatan sebesar 25 persen dari 12 persen di tahun 2017, artinya konsumsi data internet menunjukkan jumlah angka yang semakin tinggi, terutama konsumsi data di atas 10GB per bulan. (<https://tirto.id/dcmn>). Hal ini sejalan dengan hasil temuan berupa survei yang dilakukan oleh APJII. Pada tahun 2017, yaitu mengenai penetrasi pengguna internet berdasarkan usia (13-18 tahun) yang menyatakan pada rentang usia tersebut memiliki persentase paling tinggi, tercatat sebesar 75,50% (www.apjii.or.id). Oleh karena itu, dari hasil riset di atas tentang konsumsi data dan usia pengguna internet di usia muda tentu memiliki hubungan yang erat. Sehingga tulisan ini bermaksud untuk mengetahui bagaimana kaum muda melakukan pemaknaan terhadap *smartphone* dalam kehidupan sehari-harinya. Kaum muda tentu saja bukan didefinisikan berdasarkan usia semata, namun sebagai identitas sosial, yakni kategori sosial yang pemaknaannya dibentuk

berdasarkan konteks tertentu. Sehingga, kaum muda yang dianggap masanya masih dalam proses pembentukan karakter, relatif terbuka terhadap perubahan dari luar sehingga cenderung dinamis.

Konsepsi mengenai kaum muda yang aktif, dinamis dan peka terhadap perubahan kontemporer pada kajian ini lebih merujuk pada kalangan mahasiswa yang menggunakan *smartphone* bukan hanya sekadar alat komunikasi saja, namun juga berfungsi sebagai hal lain yang mampu dimaknai sesuai dengan praktik budaya mereka yang memproduksi makna budaya baru atau *cultural meaning* (Du Gay, 1997).

Era digital sekarang telah memungkinkan setiap orang mudah mengakses internet melalui *smartphone* mereka di mana dan kapan pun. Silih Agung Wasesa, seorang penulis buku yang berjudul "Political Branding and Public Relation *Smartphone*" pernah mengungkapkan 57% kaum muda 'melek' media. Hal tersebut disimpulkan oleh Silih tentang pemanfaatan media sosial yang mampu menarik pemilih muda agar mengetahui profil calon pilihan wakil rakyat atau pemimpin mereka dalam proses politik, misalnya pemilu. Senada dengan Silih, data yang

dikeluarkan oleh Roy Morgan dalam riset pasarnya yang dipublikasikan emarketer.com mengemukakan bahwa kepemilikan *smartphone* di Indonesia meningkat dua kali lipat dalam setahun (<https://nasional.sindonews.com/>).

Kenyataannya *smartphone* selain sebagai media komunikasi juga sebagai media yang mampu memproduksi makna budaya. Komunikasi, khususnya komunikasi yang melalui media memiliki peran penting dalam memengaruhi budaya populer melalui penyebaran dan diseminasi informasi (Du Gay, 1997). Tatkala media elektronik canggih dan berkelas ini makin digandrungi kaum muda Indonesia maka tak pelak bahwa yang terjadi adalah pengaruh terpaan media terhadap perilaku individu (*user*). Kemudian, tulisan ini pun menggunakan perspektif *Cultural Studies* yang menekankan pada aspek subjektivitas pengguna *smartphone* terhadap makna alat komunikasi yang mereka miliki dalam kehidupan mereka. Mengapa? Sebab perspektif yang saya gunakan merupakan bagian dari telaah kritis yang lebih memfokuskan pada kedalaman subjektivitas sebagai pengguna dan atas dasar reflektif untuk memaknai objek kulturalnya.

Di sisi lain, pada aspek bahan reflektif ini penulis lebih menekankan pada bentuk konsumsi sebagai praktik (kebiasaan) sosial, mental dan keadaan 'merasakan' terhadap suatu nilai-nilai tertentu (antara lain berbelanja, membeli, menggunakan, memiliki, memperoleh, pengaturan, mengumpulkan, berhasrat, mengkhayalkan, pemborosan), yang kesemuanya memiliki sumber daya atas objek barang-barang konsumsi dan pengalaman (psikologis). Komoditas itu nampak sebagai wujud pola konsumsi barang-barang (komputer/gadget yang terhubung dengan internet) yang menawarkan beragam kompleksitas budaya, antara lain budaya konsumen, budaya digital, budaya *online* atau budaya virtual/maya (*cyber*). Ironinya, pengguna/*user* yang merujuk kepada 'orang biasa' yang mengkonsumsi (baca: menggunakan) perangkat teknologi digital dan internet mengalami banalitas, dan ini tidak termasuk seorang profesional (teknisi, programmer, designer, atau praktisi yang bergelut di bidang pengembangan teknologi jaringan data digital, dan sebagainya). Melalui gambaran di atas tentunya tidak cukup hanya menjelaskan aspek ekonomi politik, sosiologis dan kultural

yang ada. Ada sistem sosial yang melingkupi seluruh tatanan kehidupan masyarakat industri. Pertanyaan yang mencakup gambaran dari latar belakang di atas adalah bagaimana pengguna memaknai *smartphone* dalam kehidupan sehari-harinya pada aspek konsumsi?

Determinasi Teknologi: Marshall McLuhan

Menurut Marshall McLuhan, perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Hal itu diungkapkan saat pertama kali di tahun 1962 McLuhan menyampaikannya dalam tulisan yang berjudul *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Ia pun menambahkan sebagai individu dalam suatu masyarakat, teknologi telah menentukan cara berpikir, perilaku seseorang sehingga menuntut perubahan pada teknologi di abad berikutnya. Sebagai contoh, kondisi masyarakat yang pada awalnya telah bersentuhan dengan cara berkomunikasi yang *tribal* (purba) kemudian berubah menjadi masyarakat yang *literate* (era tulisan/huruf), lalu menuju masyarakat *printed era* (era cetak), hingga pada

abad yang disebut sebagai *the electronic age*.

Sejak Marshall McLuhan mengenalkan istilah *the medium is the mass-age* (media adalah era massa), maka yang perlu dipahami dari maksud tersebut adalah bahwa saat ini manusia sedang berada di era yang unik dalam sejarah peradaban manusia, yaitu era media elektronik seperti sekarang ini. Sebagai konsekuensi logis yang mesti diterima bahwa media elektronik pada hakikatnya telah benar-benar mempengaruhi cara berpikir, merasakan, dan bertindak laku manusia itu sendiri.

Pada *The Electronic Age*, alat atau teknologi komunikasi yang dimaksud seperti Telegram, telepon, radio, film, televisi, VCR, fax, komputer, dan internet. Oleh sebab itu, McLuhan kemudian mendeskripsikan kehidupan manusia sebagai suatu arena bahkan ruang yang disebut "*global village*". Suatu kondisi pada era ini, saat seseorang mampu membawa hasrat dan tujuannya sehingga mampu untuk 'bersentuhan' dengan manusia yang lainnya, kapan saja, di mana saja, dan seketika itu juga.

Inti dari determinisme teknologi adalah teknologi telah menentukan cara

berkomunikasi manusia yang turut mengubah kebudayaan, dari cara bertukar pesan melalui isyarat, kode dan gambar hingga melalui perantara suatu alat teknologi yang kemudian merubah keadaan mode komunikasi. Lalu dapat dikaitkan juga tentang bagaimana ekstensi atau perpanjangan dari inderawi manusia (*extention of man*) dengan efisien dan cepat mampu menuju jangkauan suatu tempat, peristiwa, informasi. Secara andil, teknologi komunikasi elektronik menyediakan sarana kepada manusia lewat indera pendengaran (radio), penglihatan (televisi, film) sehingga dapat masuk ke dalam perasaan manusia dan mempengaruhi kehidupan sehari-hari. Alih-alih menjadi suatu kebiasaan, selanjutnya manusia berkuat pada konsumsi yang terus menerus (Edi Santoso. 2010:114-130).

Konseptualisasi Budaya

Konsep budaya pada kerangka teoritik *Cultural Studies*, Raymond Williams berpendapat kata budaya/kebudayaan digunakan dalam dua pengertian, pertama sebagai keseluruhan cara hidup, dan kedua, untuk menunjuk pada kesenian dan pembelajaran...kebudayaan itu adalah hal-hal yang dialami dalam hidup sehari-

hari (Astuti, 2003). Budaya dipahami sebagai seperangkat nilai-nilai dan keyakinan yang menginformasikan perilaku. Pola perilaku berulang-ulang menghasilkan kebiasaan yang ditegakkan oleh lembaga, serta organisasi-organisasi sosial informal. Secara eksplisit, konstruksi kolektif yang melampaui preferensi individu, yang mempengaruhi praktik-praktik orang dalam lingkup budaya (Hine, 2000). Oleh karena itu, pembentukan makna yang terjadi merupakan wujud budaya dari cara pandang, pemikiran dari keseluruhan cara hidup sebagai makhluk sosial.

Pendekatan *Sosial Construction of Technology (SCOT)*

Teknologi dan proses sosial ditempatkan sebagai posisi yang saling berdampingan dalam pendekatan *Sosial Construction of Technology (SCOT)*. Pendekatan ini ingin menunjukkan bagaimana bentuk artefak teknologis merupakan hasil dari proses-proses sosial. Sebagai konsekuensi atas pilihan dan rasionalisasi tentang *smartphone* yang dipersepsikan dan dikonstruksikan sesuai dengan seperangkat pengetahuan dan hasrat mereka selama menggunakan *smartphone*.

Praktik keseharian (budaya) mereka yang diusung dalam penelitian ini lebih bersifat kontekstual. Namun, perlu menjadi catatan bahwa apa yang tergambarkan ke dalam teks-teks budaya yang merekaptakan adalah suatu bentuk performativitas dan representasi dari tindakan sosial yang terkonstruksi dan mempengaruhi ranah kehidupan real. Sebab, yang ditampilkan dalam tindakan sosial dan pengalaman cukup mencerminkan kontekstualisasi penelitian ini terhadap realitas sosial.

Sosial Construction of Technology (SCOT) mendasarkan konstruksi-konstruksi sosial, budaya dan politik yang mengkorelasikan karakteristik perilaku pengguna dan pengaruh teknologi sebagai dasar konteks pemaknaan mengenai alat komunikasi berupa *smartphone* tersebut (Bell, 2001: 39-40).

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Selanjutnya metode kualitatif ini

mempunyai beberapa cara yang disesuaikan dengan kebutuhan-kebutuhan data yang diperlukan. Mulyana (2001:148) menyebutkan bahwa metode penelitian dengan cara deskriptif (wawancara tak bestruktur/ wawancara mendalam, pengamatan berperan serta), analisis dokumen, studi kasus, studi historis kritis, penafsiran sangat ditekankan alih-alih pengamatan objektif.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bersifat subjektif karena metode penelitian utamanya memiliki kebebasan bagi peneliti untuk menentukan siapa yang akan dijadikan informan untuk menjaga kesesuaian data yang diperoleh dengan arah penelitian, (Kriyantono; 2014). Informan adalah orang-orang yang benar-benar mengetahui dan atau terlibat langsung sebagai pengguna yang memiliki *smartphone* dan sering berkomunikasi menggunakan data internet baik. Pemilihan informan didasarkan pada kaum muda yang masuk kategori umur 18-30 tahun dan dipilih secara *purposive* (sengaja).

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif yang bersumber dari wawancara mendalam, serta observasi dengan pengamatan langsung

di lokasi penelitian selama beberapa minggu. Teknik pengumpulan data, yaitu (1) Wawancara mendalam yaitu teknik yang diarahkan untuk menghimpun informasi dari para informan yang kompeten dan oleh karenanya dianggap mengetahui tentang kondisi objektif. (2) Observasi, yaitu suatu cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti secara langsung terhadap obyek penelitian dimana penulis secara langsung ke lokasi penelitian untuk mengamati dan meninjau aktifitas secara langsung. Dan penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Soal peningkatan jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia. Rilis survei APJII tahun 2017 memaparkan berdasarkan kepemilikan perangkat *smartphone* adalah 50, 08% dari total populasi. Sedangkan sebagai perangkat, *smartphone* paling banyak digunakan untuk mengakses internet adalah 44, 16 persen. Walaupun APJII sempat mengeluarkan rincian data lain berdasarkan karakter kota/kabupaten (Urban, Rural-Urban, Rural). (Laporan

Survei APJII, 2017). Meskipun dalam survei yang pernah dilakukan oleh Pew Research dilakukan pada orang dewasa namun disebutkan pula jika pemakai muda pada rentang usia 18-34 tahun dalam hal kepemilikan *smartphone*-nya mengalami peningkatan 66 persen sejak 2015 hingga 2018 (www.pewinternet.org)

Hasil wawancara yang dilakukan kepada salah satu informan pertama (Siti, nama samaran) mengakui bahwa *smartphone* pertamanya adalah hadiah ulangtahun dari ayahnya. Sebelumnya dia hanya membayangkan saja, akan menjadi keren baginya jika ia bisa menggunakan *smartphone* seperti orang lain. Menurutnya, apa yang bisa dilakukan pada *smartphon*enya itu adalah bisa *update facebook* dan tertulis di statusnya bahwa status tersebut dikirim melalui *blackberry smartphone*.

Selanjutnya, informan kedua (Tika, nama samaran) menceritakan alasan menggunakan *smartphone* pada awalnya adalah setelah ayahnya meninggal dunia, melalui pendapat adik dan juga teman laki-lakinya menjadi bahan rujukan ketika ia memutuskan untuk berganti *smartphone*. Saudara laki-laki juga menjadi pihak yang

membuat Tika (informan ke-2) mengenal dan menggunakan *smartphone*.

Awalnya *sih* *gak* minat karena *gak* terlalu penting. Cuma daripada *gletak* *gak* *dipake* *ya* *udah* *dipake* terus jadi senang. Sama penasaran juga lihat teman sama orang lain yang pake *blackberry* kok bisa *anteng* *bbm*, sampe lupa waktu, kadang-kadang *ketawa-ketawa* sendiri.

Berbeda dengan informan lainnya, Satria (informan ke-3) mengatakan bahwa dirinya bukanlah pengguna *smartphone*. Ia menjadi pengguna *smartphone* lebih karena teman.

Dikomporin *temen* yang jualan *smartphone*. Tadinya *gak* tertarik, secara mahal banget.. Dia bilang *gentian* *dong* aku yang belanja ke dia, *kan* selama ini dia belanja ke aku terus. *Yo wis*, akhirnya aku beli *deh*, kredit 5x...hehehe.

Jawaban yang terkumpul dari ketiga informan menunjukkan titik awal yang berbeda bagi ketiganya di dalam memulai relasi dengan *smartphone*. Siti lebih melihat nilai simbolis (-menjadi keren) yang terkandung di dalam sebuah *smartphone* sebagai alasan

utama yang memicu keinginannya untuk memiliki *smartphone*. Tika lebih melihat nilai guna (-daripada tergeletak tidak dimanfaatkan) sebagai alasannya menggunakan *smartphone*, sementara Satria lebih melihat aspek relasional (-memelihara pertemanan) sebagai alasan awal dirinya menggunakan *smartphone*.

Smartphone antara Makna dan Penggunaan

Awal perkenalan para informan dengan *smartphone* memunculkan posisi pemaknaan yang berbeda dari ketiga informan. Siti memaknai *smartphonenya* sebagai penentu kelas dan identitas dirinya di tengah lingkungan sosialnya. Mengutip konsep representasi dalam *circuit of culture*, *smartphone* dapat dikatakan telah menjadi salah satu alat representasi diri Siti di kalangan temantemannya.

Dengan memiliki *smartphone* Siti kemudian dapat mengidentifikasi diri "sama" kerennya dengan teman-temannya yang lain yang telah lebih dahulu menggunakan *smartphone* dan merasa berbeda dengan mereka yang tidak menggunakan *smartphone*.

Hall (dalam Bell, 2001: 117) menyebutkan bahwa semua identitas tergantung pada pengecualian, pada

kebutuhan lainnya. Siti berupaya untuk membangun identitas diri dengan memiliki *smartphone*. Ia mengatakan bahwa ia merasa dirinya beda, lebih keren, dibanding yang tidak menggunakan *smartphone* meski sekarang ia menyadari bahwa *smartphone* sudah mulai memasyarakat, "Karyawan PT [pabrik-penulis] *aja pake smartphone,*" katanya. Ketika ditanyakan padanya, terus apa yang dia lakukan untuk selalu membuat dirinya tetap lebih keren, maka membeli *smartphone* keluaran yang lebih baru menjadi jawaban. Dalam hal ini, apa yang dikatakan Stuart Hall (dalam Noviani, 2012: 55) bahwa, identitas bukanlah fakta yang dicapai, melainkan produksi, yang tidak pernah lengkap, selalu dalam proses dan selalu [kembali] terbentuk dalam representasi, mungkin ada benarnya. Belakangan setelah ayahnya meninggal, dia menyebut *smartphone*-nya sebagai separuh nyawanya. Teman dalam suka duka, yang tidak pernah jauh darinya bahkan ketika tidur sekalipun.

Sementara Tika memaknai *smartphone* sebagai alat yang membantu dirinya di dalam mengerjakan tugas-tugasnya sebagai mahasiswa. Dengan *smartphone* dia

lebih mudah mencari informasi dan pengetahuan atau referensi di dalam aktivitas perkuliahannya dan lebih mudah bersosialisasi dengan teman-temannya sesama mahasiswa. Tika bukanlah perempuan satu-satunya yang memiliki kultur penggunaan *smartphone* demikian.

Tika seorang mahasiswa yang hari-harinya disibukkan dengan tugas kampus dan urusan kegiatannya. *Smartphone* telah memudahkannya memperoleh informasi/pengetahuan dan membuka kesempatan bagi dirinya untuk bersosialisasi dengan mahasiswa lainnya. Dalam konteks industri budaya, Horkheimer dan Adorno (dalam Durham dan Kellner, 2006:42) menyebutkan bahwa, "Bentuk standar, diklaim, pada awalnya berasal dari kebutuhan konsumen: itu sebabnya mereka diterima dengan sedikit resistensi."

Lain Siti, lain Tika, lain pula Satria. Baginya *smartphone* adalah siapa dirinya. Meski dia seorang pemuda yang bekerja wiraswasta, namun melalui *smartphone* digenggamannya dia tetap dapat menunjukkan bahwa dirinya bukanlah seorang pengusaha muda yang hanya diam, melainkan tetap bisa produktif berjualan *on-line* dan melakukan *sharing* berjualan di

facebook dan *blog* melalui *smartphone* yang dia miliki.

Rekonstruksi Identitas Kaum Muda Melalui *Smartphone*

Sebagaimana dikatakan McLuhan bahwa setiap media akan menciptakan kulturnya sendiri-sendiri, demikian pula dengan media konvergen. *Smartphone* adalah salah satu media yang telah berhasil menciptakan kulturnya sendiri. Kepintaran *smartphone* di dalam mengintegrasikan diri dengan kehidupan masyarakat melalui berbagai kelebihan yang dimilikinya telah membuat semakin banyak orang yang memiliki ketergantungan pada piranti canggih tersebut. Seperti halnya Siti dan Satria yang mengatakan dengan pasti bahwa *smartphone* adalah separuh nyawa mereka sehingga jangankan kehilangan *smartphone*, ketinggalan *smartphone* saja sudah membuat hidup mereka tidak sempurna. Situasi yang mungkin tidak pernah terbayangkan bertahun-tahun lalu. Menanggapi situasi seperti ini, Manneke Budiman pernah menyebutkan bahwa perubahan yang begitu cepat ini membuat kita tidak pernah punya kesempatan berhenti sejenak dan menarik nafas untuk menyadari –apalagi

membangun—identitas kita. Stuart Hall (dalam Bell, 2001: 114) mungkin bisa berujar, siapa yang membutuhkan identitas?

Namun, faktanya identitaslah yang menentukan bagaimana kita berperilaku dan bagaimana kita diperlakukan orang lain. Maka mempertanyakan kembali identitas perempuan di era konvergensi ini menjadi penting. Mungkinkah identitas perempuan yang selama ini menjadi rujukan perilaku dapat direkonstruksi? Dalam konteks ini, *smartphone* dapat mendatangkan harapan adanya perubahan pada perempuan. Mereka menjadi memiliki kesempatan yang lebih luas untuk mengakses dunia. Tetapi berharap sepenuhnya bahwa hanya karena menggunakan *smartphone* identitas perempuan dapat langsung didekonstruksi juga menjadi tampak berlebihan. Maka seperti yang dikatakan Wajcman dan Haraway dalam kutipan artikel berjudul Seks dan Siber oleh Nadya Karima Melati, *smartphone* setidaknya memberi kesempatan terjadinya transformasi gender. Transformasi adalah sebuah proses menuju ke arah yang lebih baik (Melati, 2018).

Hingga tataran ini nampak bahwa meski telah terjadi perubahan kultur dan perubahan relasi antara perempuan dan teknologi, khususnya dengan *smartphone*, namun identitas tradisional perempuan tidaklah sepenuhnya hilang. Kultur penggunaan teknologi oleh perempuan masih tetap dibentuk oleh peran dan tanggung jawab yang dilekatkan pada identitas gender yang disandangnya. Hanya saja kini perempuan dapat memiliki *multiple identities* yang lebih variatif.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan dua hal utama, yakni:

1. Pemaknaan *smartphone* di kalangan kaum muda Karawang menunjukkan dinamika yang menarik terlebih subjektivitas mereka sebagai mahasiswa maupun pengusaha muda yang memahami betul fungsi dan kegunaan dari *smartphone* untuk menunjang aktivitas mereka sehari-hari. Setiap media akan menciptakan kulturnya sendiri-sendiri, demikian pula dengan media konvergen. *Smartphone* adalah salah satu media yang telah berhasil menciptakan kulturnya

sendiri. Kepintaran *smartphone* di dalam mengintegrasikan diri dengan kehidupan masyarakat melalui berbagai kelebihan yang dimilikinya telah membuat semakin banyak orang yang memiliki ketergantungan pada piranti canggih tersebut.

2. *Smartphone* ini dimaknai lebih beragam dan tidak sekedar sebagai ajang "pamer" identitas namun juga bertujuan sebagai bagian proses interaksi sosial yang lebih efektif.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. *Smartphone* dengan kulturnya yang diciptakan oleh penggunanya membuat ketergantungan penggunanya maka perlunya pengetahuan cara penggunaan *smartphone* dan dampaknya bagi kesehatan dan kehidupan sosial budayanya.
2. *Smartphone* sebaiknya memang digunakan sesuai fungsi dan kegunaan untuk menunjang aktivitasnya dan tidak semata demi gengsi atau hasrat konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Bell, David. 2001. *An Introduction to Cyberculture*. London & New York: Routledge
- Budiman, Manneke. Tanpa tahun. *Identitas, Perempuan, dan Globalisasi. Makalah*.
- Du Gay, Paul. Start hall, Linda Janes, Hugh Mackay dan Keith Negus, *Doing Cultural Studies: The Story of the Sony Walkman*, Sage, London, 1997.
- Durham, Meenakshi Gigi and Douglas Kellner (Eds.). 2001/2006. *Media and Cultural Studies: KeyWorks*. Revised edition. Oxford: Blackwell Publishing.
- Edgar, Andrew and Peter Sedgwick (Eds.). 2002. *Cultural Theory The Key Concepts*. London & New York: Routledge.
- Hine, Christine. 2000. *Virtual Ethnography*. London, Oaks, New Delhi: Sage.
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Mulyana, Deddy. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remadja Rosdakarya.
- Noviani. Ratna. 2012. *Identity Politics in Indonesian Advertising, Gender, Ethnicity/Race, Class and Nationality in TV Advertisements during the New Order and the Post-New Order Era*. Yogyakarta: Kanisius
- Jurnal**
- Astuti, Santi Indra. 2003. "Cultural Studies" dalam *Studi Komunikasi: Suatu Pengantar*, Mediator Vol. 4 No. 1 h. 55- 68 diunduh melalui <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/download/825/458>
- Supratman, Lucy Pujasari. 2018. *Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native*. Jurnal Ilmu Komunikasi VOL. 15, NO. 1, h. 47-60, diunduh dalam <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/jik/article/download/1243/1152>
- Laporan Survei APJII. 2017. *Penetrasi dan perilaku pengguna internet Indonesia*. diunduh dalam <https://www.apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>
- Internet**
- Azis, Ibnu, *Berapa Konsumsi Data Orang Indonesia untuk Internet Tiap Bulan?*, dapat diakses melalui <https://tirto.id/berapa-konsumsi-data-orang-indonesia-untuk-internet-tiap-bulan-dcmn>
- Alfarizi, Moh Khory, *Survei Kepemilikan Smartphone, Indonesia Peringkat ke-24*. Diakses melalui <https://tekno.tempo.co/read/1181645/survei-kepemilikan-smartphone-indonesia-peringkat-ke-24/full&view=ok>

Keswara, Ratih. *57% kaum muda Indonesia "melek" media*, dapat diakses melalui <https://nasional.sindonews.com/read/746948/12/57-kaum-muda-indonesia-melek-media-1370517487>

Melati, Nadya Karima. 2018. *Seks dan Siber: Bagaimana Feminisme Membahas Teknologi, Siber, dan Permasalahannya*. Diakses melalui <https://www.jurnalperempuan.org/wacana-feminis/seks-dan-siber-bagaimana-feminisme-membahas-teknologi-siber-dan-pemasalahannya>

Pew Research. 2013. *Smartphone Ownership*. Diakses melalui <https://www.pewinternet.org/2013/06/05/smartphone-ownership-2013/>

