

DAFTAR ISI

Dr. Rusdi. M.Hum	Konflik Pertanahan Antara Petani dengan Puskopad (Pusat Koperasi Angkatan Darat) TNI-AD di Desa Harjokuncaran Kecamatan Sumbermanjing Wetan Kabupaten Malang.....	4
Dra. Amanah Agustin. M.Hum	Revolusi Mental Melalui Pendidikan Membatik Di Sekolah Dengan Motif Arca Singosari.....	18
Ferdinan Bashofi. M.Pd	Dinamika Politik Lokal; Sebuah Kajian Gerakan Mahasiswa 98 dan Perkembangan Politik Pasca Orde Baru di kota Malang.....	27
Dany Miftahul Ula, M.Si	Makna <i>Smartphone</i> Bagi Pelajar.....	39
Irvan Lestari. M.Hum	Sejarah Manusia Purba di Antara Kontroversi, Penolakan, dan Penerimaan.....	54
Tatik Widayati.S.Pd Puspita Pebri Setiani. M.Pd	Metode <i>Fiel-Trip</i> Dalam Menumbuhkan Kepedulian Siswa terhadap Peninggalan Sejarah Bukti-Bukti Kehidupan Pengaruh Hindhu Budha Yang Masih Ada Pada Saat Ini.....	69
Debi Setiawati, M.Pd	<i>Slametan</i> Dalam Spritualisme Orang Jawa Pada Masa Lalu Sampai Sekarang.....	76
Fatmawati, M.Si	Kajian Kritis Terhadap Media Sosial Sebagai “Tuhan Kedua” Bagi Para <i>Netizen</i>	89
Septa Rahadian, M.Pd	Pembelajaran Sejarah Malang Raya Berbasis <i>Contextual Teaching And Learning</i>	99
Faizal Kurniawan, M.Si	<i>Lejong Tau</i> Dalam Perspektif Dialektis Relasional.....	108

MAKNA SMARTPHONE BAGI PELAJAR

Dany Miftahul Ula, M.Si
IKIP Budi Utomo Malang
danyMiftahulula@gmail.com

ABSTRAK

Pada awalnya pengguna *smartphone* ini dirancang untuk orang-orang yang memiliki tingkat kesibukan yang tinggi seperti para pejabat, karyawan swasta, wanita karir dan juga eksekutif, namun saat ini tren *smartphone* telah menjadi *lifestyle* kalangan pelajar, alat ini merupakan sebuah barang yang wajib dimiliki. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna penggunaan *smartphone* kalangan pelajar khususnya pelajar SMAN 1 Kota Malang, bagi sebagian pelajar *smartphone* mempunyai makna lebih dari sekedar alat komunikasi, ada makna lain yang terkandung pada *smartphone* yang sangat berkaitan dengan gaya hidup.

Kata Kunci: Ber-*Smartphone*, *Life style*, nilai fungsional, nilai Simbol, Identitas.

A. Pendahuluan

Di zaman yang semakin maju ini, banyak hal telah berubah dikarenakan kebutuhan manusia yang semakin kompleks yakni pemenuhan kebutuhan yang semakin lama semakin berkembang. Perubahan yang paling menonjol terlihat pada perkembangan di bidang teknologi, informasi, dan komunikasi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi memegang peranan penting dalam distribusi informasi selain itu teknologi informasi dan komunikasi ikut andil dalam pembentukan masyarakat modern. Menurut Toffler dalam buku karangan wahyudi kumoroto dan Subandono Agus margono menyebutkan bahwa peradaban yang pernah dan sedang dijalani oleh umat manusia terbagi tiga gelombang. Gelombang pertama adalah gelombang dimana tahapan

manusia ditandai dengan peradaban agraris dan pemanfaatan energi terbaru terjadi antara 8000 sebelum masehi sampai 1700 M. Gelombang kedua ditandainya dengan munculnya revolusi industri di tahun 1700 sampai 1970-an. Dan gelombang terakhir yang terjadi saat ini adalah peradaban yang didukung dengan kemajuan teknologi informasi, pengolahan data, penerbangan, aplikasi luar angkasa, bioteknologi dan komputer.

Hal tersebut tidak lepas dari perkembangan teknologi yang semakin lama semakin canggih dan inovatif sehingga kebutuhan masyarakat terhadap informasi semakin berkembang. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, manusia menggunakan berbagai jenis sarana komunikasi seperti surat, email, telepon, internet. Perbedaan waktu dan

letak geografis tidak lagi menjadi masalah dalam menyampaikan informasi. Bahkan karena hal itulah salah satu sosiolog menyebut dunia telah berubah menjadi “*Global Village*” maksudnya adalah dengan adanya teknologi yang semakin berkembang ini manusia akan tetap dapat saling terhubung meskipun dengan jarak jauh sekalipun. Dalam perkembangannya, alat komunikasi seperti telepon mengalami berbagai perubahan bentuk dan fungsi, sebagai contoh *handphone* (telepon genggam). Saat ini *handphone* bukan lagi menjadi barang mewah bagi masyarakat modern, beragam merk dan tipe *handphone* dengan beragam fitur kini beredar di pasaran.

Handphone telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang tua, hampir semuanya memiliki *handphone*. Berbagai perusahaan produsen *handphone* mulai berlomba-lomba menciptakan berbagai inovasi untuk mengembangkan dan menyempurnakan teknologi *handphone*. Salah satu produk inovasi *handphone* yang marak kita kenal pada saat ini adalah *smartphone* (telepon pintar) yang kini sedang menjadi tren bagi masyarakat terutama masyarakat kota.

Telepon pintar atau yang lebih dikenal dengan *smartphone* adalah teknologi baru di abad 20 yang menyerupai *Personal Digital Assistant* (PDA) dan memiliki berbagai fungsi

dan kemudahan dalam mengakses internet (Phillippi and Wyatt, 2011). Pada dasarnya *smartphone* merupakan hasil gabungan dari fungsi *handphone* dengan PDA sehingga memungkinkan alat ini mengadopsi berbagai aplikasi layaknya *Computer*. Ada yang menyebutkan *Smartphone* adalah sebuah alat konvergensi media, dimana alat ini menggabungkan aplikasi-aplikasi seperti mp3, mp4, Radio dan TV selain itu juga terdapat aplikasi seperti *Map*, *E-banking*, *E-mailing* serta aplikasi *browsing* yang dapat dipadukan dengan akses internet, tentu hal ini sangat dibutuhkan oleh orang-orang dengan tingkat kesibukan tinggi sebab alat ini dapat membantu mereka dalam menunjang pekerjaan dan profesi sehari-hari.

Berbagai kebutuhan manusia dapat di mudahkan dengan alat ini seperti kebutuhan untuk mentransfer uang tidak perlu lagi jauh-jauh ke bank, begitu juga jika ingin berbelanja, tidak perlu ke swalayan karena saat ini belanja *online* sudah bisa dilakukan, dan hanya cukup dengan alat ini seseorang tidak akan tersesat jika berada ditengah kota yang baru dikunjungi sekalipun. Berbagai kelebihan alat ini telah memudahkan kebutuhan manusia untuk beraktivitas, namun tidak dapat dipungkiri jika alat ini juga dapat menimbulkan dampak negatif bagi para penggunanya seperti; memicu timbulnya aksi pornografi, karena alat ini dapat mengakses internet secara bebas sehingga memungkinkan

penggunanya dapat mengakses konten pornografi baik itu berupa video, foto, ataupun aplikasi game. Selain pornografi, *smartphone* juga memicu aksi timbulnya perilaku Agresif di kalangan pelajar pasalnya alat ini secara psikologis dapat membentuk perilaku kekerasan/agresif melalui aplikasi-aplikasi game yang tersedia dan hal ini senada dengan apa yang diungkapkan oleh Professor Brad Bushman, dari Ohio State University, USA mengatakan "Orang-orang yang selalu bermain permainan dengan unsur kekerasan akan memandang dunia sebagai tempat untuk saling bermusuhan dan juga sebagai tempat yang penuh kekerasan".

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: apa makna ber-smartphone bagi pelajar SMAN 1 Malang? Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dirumuskan di atas maka agar penelitian ini menjadi lebih terarah secara jelas, perlu ditetapkan tujuan penelitian yakni ingin mengetahui makna ber-smartphone bagi pelajar SMAN 1 Malang.

Sedangkan manfaat penelitian ini adalah: (1) Dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu sosiologi, khususnya sebagai pijakan dasar untuk penelitian tentang makna ber-smartphone bagi pelajar. (2) Bagi Guru atau Calon Peneliti Sebagai sumber informasi dan referensi dalam pengembangan

penelitian yang akan dilakukan dan menumbuhkan budaya meneliti agar terjadi inovasi pembelajaran, sedangkan bagi peneliti sebagai sarana belajar untuk mengintegrasikan pengetahuan dan keterampilan dengan terjun langsung sehingga dapat melihat, merasakan, dan menghayati apakah praktik-praktik penggunaan *smartphone* saat ini sudah tepat guna bagi pelajar.

B. Kajian Pustaka

1. Teori-teori

a) Teori Interaksionisme simbolik.

Mead adalah pemikir yang sangat penting dalam sejarah interaksionisme simbolik, yang memusatkan perhatiannya pada interaksi antara individu dan kelompok. Dalam pemikiran Mead menemukan bahwa individu-individu tersebut dalam berinteraksi dengan menggunakan simbol-simbol, yang di dalamnya berisi tanda-tanda, isyarat dan kata-kata. Simbol merupakan sesuatu yang nilai atau maknanya diberikan kepadanya oleh mereka yang mempergunakannya. (Kamanto, 2004: 35).

Pada dasarnya teori Mead menyetujui keunggulan dan keutamaan dunia sosial. Artinya, dari dunia sosial muncul kesadaran, pikiran, diri, dan seterusnya. Unit yang paling mendasar dari teori sosial adalah tindakan. Berkaitan dengan ini Mead menjelaskan, dimana manusia memiliki

dimensi Subjek (*I*) dan dimensi objek (*Me*). Antara subjek dan objek mempunyai hubungan timbal balik. Subjek (*I*) merupakan unsur individu seseorang yang mengungkapkan keunggulan dan sifat spontan dan orisinal. Sedangkan objek (*Me*) adalah unsur sosial mencakup “*Generalised Other*” yaitu semua sikap, simbol, norma dan penghargaan dari masyarakat yang telah dibatinkan individu terhadap dirinya yang dipakai dalam menentukan sikapnya. Beberapa prinsip dalam interaksi simbolik meliputi :

- 1) Pemusatan perhatian pada proses sosial tingkat mikro, subjektif dan interaksi antar pribadi.
- 2) Responden terhadap stimulus lingkungan sangat bervariasi mencerminkan adanya subjektivitas.
- 3) Perspektif adalah teori peran, persepsi sosial, persepsi pribadi dan teori diri.

Dari sejumlah prinsip teori tersebut, maka tampak bahwa manusia bertindak berdasarkan pemahaman makna yang mereka berikan terhadap sesuatu yang sifatnya subjektif dan pribadi. Hal serupa bila dikaitkan dengan pemahaman makna ber-smartphone bagi pelajar maka akan memberikan pemahaman yang berbeda terhadap sebuah smartphone yang dimiliki oleh pelajar.

b) Budaya konsumen

Dari titik pandang Antropologis benda-benda material beserta produksi, pertukaran serta konsumsinya harus dipahami dalam suatu matriks budaya.

Konsumsi yang dirujuk melalui budaya konsumen dapat dilihat sebagai konversi, atau lebih tepatnya perilaku manusia yang mengubah benda-benda untuk tujuan mereka sendiri. Budaya konsumen memberi jarak kritis terhadap pengertian sehari-hari mengenai konsumsi, menggeser perhatian dan pengertian sehari-hari konsumsi, dan menggeser perhatian dari manfaat benda dalam arti mengkonsumsi secara lebih luas (Lury, 1998:23).

Dengan menggunakan istilah “budaya konsumen”, akan melibatkan pada dua fokus: pertama, pada dimensi budaya dari ekonomi, simbolisasi serta pemakaian benda-benda material sebagaimana para komunikator’ tidak sekadar rnenggunakannya, dan kedua, pada ekonomi benda-benda budaya, prinsip-prinsip pasar, yaitu penyediaan, permintaan, penumpukan modal, persaingan, serta monopolisasi yang beroperasi dalam gaya hidup, benda-benda dan komoditas budaya (Featherstone, 2001:201).

Budaya konsumen terletak pada hubungan antara materi dan budaya, pada budaya pemanfaatan benda-benda. Budaya konsumen tidak harus dipahami sebagai konsumsi nilai-manfaat, suatu keperluan material, tetapi sebagai konsumsi tanda. Budaya konsumen merupakan bentuk khusus

dari budaya materi yang mengkaji hubungan manusia-benda, kajiannya mengenai manfaat benda-benda atau objek-objek (Lury, 1998:1). Ketika seseorang mengkonsumsi benda yang ditawarkan, pada dasarnya dia juga ikut mengkonsumsi “makna” di balik benda tersebut. Sebagai contoh kecil, ketika seseorang mengonsumsi pizza, maka makna yang ikut dikonsumsi di baliknya adalah simbol modernitas dan status sosial.

1) Nilai Guna

Konsep nilai guna (concept of use-value). Istilah nilai guna yang digunakan oleh Marx “merujuk pada nilai yang dilekatkan pada barang-barang oleh kebutuhan manusia ‘murni’ yang berkaitan dengannya. Produk-produk diasumsikan dan ditujukan pada pemenuhan kebutuhan fundamental, umumnya biologis, yang merupakan esensi kemanusiaan” (Lee, 2006:7).

Bagi Marx, nilai bukan hanya bentuk abstrak yang berguna bagi kuantifikasi pertukaran ekonomi, melainkan suatu fenomena riil dan konkret. Nilai mempresentasikan jumlah kerja abstrak yang diperlukan untuk memproduksi kuantitas nilai tukar tertentu pada ruang dan waktu tertentu. Dalam kapitalisme, nilai selalu berbentuk materi dalam proses produksi komoditas ketika diobjektifkan sebagai modal, berbentuk uang, proses produksi, dan komoditas. Menurut

pandangan ini, alasan utama bagi sirkulasi nilai dalam kapitalisme tidak lain hanyalah terciptanya nilai itu sendiri. Pada sistem sosial pra-kapitalis, seperti feodalisme primitivisme atau nomadisme, produksi pada dasarnya adalah produksi nilai guna untuk keperluan konsumsi (Lee, 2006:29).

Konsep nilai guna memandang benda-benda sekadar sebagai keperluan yang memiliki nilai manfaat dan nilai tukar yang dapat dihubungkan dengan beberapa sistem kebutuhan manusia. Signifikansi komoditas terdapat pada fakta bahwa manusia memiliki kemampuan untuk memuaskan beberapa keinginan dan kebutuhan dirinya. Di sisi komoditas merupakan satu nilai guna. Nilai guna merupakan representasi dari hubungan kualitatif antara objek dan kebutuhan manusia, nilai yang diekspresikan melalui pertukaran komoditas terutama didasarkan pada hubungan kuantitatif antar komoditas. Pemaknaan komoditas dari sisi nilai guna bisa dilihat dari kasus misalnya, seseorang yang mempunyai kebutuhan akan alat transportasi yang cepat dan bersifat pribadi, kemudian dia membeli sebuah mobil untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Marx menampilkan nilai guna sebagai dimensi komoditas yang tidak misterius. Dalam nilai guna ditemukan hubungan objektif antara wilayah kebutuhan dengan wilayah produksi, yang

dalam hal ini menjadi hubungan terpisah antara orang dengan benda mereka.

“Kebutuhan adalah suatu keinginan manusia terhadap barang atau jasa yang dapat menimbulkan kepuasan bagi jasmani dan rohani untuk kelangsungan hidupnya” (Sutrisna, 2006:4). Dalam hidupnya manusia selalu mempunyai berbagai kebutuhan yang harus dipenuhi agar manusia bertahan hidup.

Berdasarkan tingkat kepentingannya kebutuhan manusia dapat dibedakan menjadi 3 bagian:

- I. Kebutuhan Primer, yaitu kebutuhan manusia yang mutlak harus dipenuhi untuk kelangsungan hidupnya. Contoh; makanan, pakaian, tempat tinggal, dan lain-lain.
 - II. Kebutuhan sekunder, yaitu kebutuhan yang timbul setelah kebutuhan pokok terpenuhi. Contoh; kendaraan, mesin jahit, televisi, perabot rumah tangga, dan lain-lain.
 - III. Kebutuhan tersier, yaitu kebutuhan manusia akan barang. barang mewah, yaitu kebutuhan yang sifatnya untuk memenuhi kesenangan belaka. Kebutuhan tersier akan terpenuhi apabila kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder telah terpenuhi dengan baik. Contoh: perhiasan, mobil mewah, antena parabola, dan lain-lain (Sutrisna, 2006:6-7).
- 2) Nilai Simbolis

Di dalam masyarakat konsumen modern, kehidupan sehari-harinya berhadapan dengan begitu banyak komoditas dan nilai tukar yang belum pernah ditemukan pada masa sebelumnya. Komoditas menjadi sarana hidup standar kita, sarana reproduksi kita, baik sebagai individu maupun sebagai makhluk sosial. Komoditas pada akhirnya mengabaikan nilai guna yang melekat dari nilai serta makna yang lebih melekat padanya. Komoditas menjadi penting dalam terjalinnya relasi sosial ketika memanifestasikan dirinya melalui komoditas sebagai bentuk budaya dan simbolis (Lee, 2006:29).

Menurut Judith, konsumen modern mengonsumsi makna sosial yang melekat pada komoditas, terutama yang disediakan oleh institusi seperti iklan, pemasaran dan organisasi-organisasi serupa. Tanpa institusi-institusi tersebut komoditas tidak akan menjadi bernilai simbolik di dalam suatu budaya. Iklan berfungsi dalam menciptakan struktur makna (Lee, 2006:28). Media iklan mampu membentuk perempuan menjadi simbol feminitas dengan penggambarannya.

Komoditas selalu dikonsumsi secara simbolis, sebagai makna sosial atau benda budaya, maupun perlengkapan fungsional dalam substansi materialnya. Bahkan orang

bisa melangkah jauh dengan mengatakan bahwa Kesuksesan yang dicapai ekonomi konsumen saat ini sebenarnya tergantung pada regulasi dimensi simbolis dan budaya komoditas yaitu dijalankan kontrol atas ekonomi benda-benda simbolis atau benda-benda budaya. Gagasan ini, sebenarnya, menggambarkan pengakuan penting bahwa dimensi material dan simbolis benda, nilai ekonomi dan nilai kulturalnya, sama-sama memiliki hubungan yang tak terpisahkan dan tak dapat dipecahkan (Lee, 2006: 29).

Gagasan Baudrillard, tidak hanya melakukan kritik terhadap analisis implikasi pemujaan komoditas yang biasanya diangungkan oleh pengagum Marx. Tapi ia juga keluar dan logika “nilai guna” Marx. Baudrillard menunjukkan bahwa “alasan status” sebagai logika konsumen ternyata lebih merupakan hal yang masuk akal ketimbang “alasan fungsional” yang sekian lama dipuja oleh para penganut teori ekonomi Marxis (Chaney, 1996:26).

Baudrillard berargumen bahwa “seluruh kebutuhan selalu diciptakan secara sosial, kita hidup dalam masyarakat yang tidak lagi mendewakan logika produksi sebab logika signifikasi itulah yang terpenting. Konsumsi harus dipahami tidak dalam hubungannya dengan nilai guna, sebagai kegunaan materi, tetapi terutama

kaitannya dengan nilai syarat, sebagai signifikasi” (Lee, 2006:27).

Dalam buku “The World of Goods”, Mary Douglas dan Baron Isherwood berpendapat bahwa secara simbolis barang berfungsi sebagai kode bahasa, sebagai sarana agar perilaku sosial dapat dipahami. Tujuan simbolis barang, adalah ‘membuat kategori-kategori kebudayaan’ agar terlihat dan stabil. Fungsi ini bukan hanya mampu mencakup namun juga memperluas jenis tampilan kompetitif manakala barang-barang digunakan sebagai pemberi tanda prestise dan status sosial (Lury, 1996:14).

Mary Douglas dan Baron Isherwood menyatakan bahwa “kegunaan Benda-benda selalu dibingkai oleh konteks budaya, bahkan benda-benda sederhana dalam kehidupan sehari-hari mempunyai makna budaya” (Lury, 1996:16). Dan perspektif ini, benda-benda materi bukan hanya digunakan untuk melakukan sesuatu, tetapi juga mempunyai makna dalam hubungan sosial sesungguhnya, bagian dan kegunaannya adalah bahwa mereka penuh makna. Melalui perolehan, penggunaan, dan pertukaran benda-benda, individu-individu kemudian mempunyai kehidupan sosial.

Douglas dan Isherwood menyatakan bahwa semua kepemilikan materi membawa makna dan menganalisis kegunaannya sebagai komunikator. Seluruh kepemilikan material mengandung makna-makna sosial. Masyarakat konsumsi

membuat makna melalui pemanfaatan benda-benda materi.

mobil-mobil mewah seperti Volvo, Jeep, Land Cruiser dan Mercedes Benz, menurut pandangan pemiliknya memiliki citra yang tidak akan tergantikan oleh merek lain. Kelebihan yang dimiliki oleh mobil mewah sesungguhnya bukan pada fasilitas dan kelengkapannya, melainkan lebih kepada merek itu sendiri. Padahal kalau diperhatikan dan segi teknologi dan fasilitas yang ada dari kendaraan tersebut hanya sedikit lebih saja dengan mobil-mobil dengan harga yang relatif "terjangkau". Apalagi untuk seri-seri tertentu dan merek tersebut hanya dibuat secara terbatas, menyebabkan pemiliknya merasa memiliki prestisius sebagai "orang pilihan". Individu modern menemukan jiwanya pada mobil yang mereka miliki, perabot rumah mewah, handphone dan barang-barang konsumtif lainnya seperti kita menggunakan perhiasan mahal untuk menandai kekayaan dan status sosial kita, (Baikoeni, 2008).

Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik definisi budaya konsumen adalah budaya yang membuat masyarakat cenderung melakukan praktik konsumsi berdasarkan satu tanda yang disepakati oleh suatu masyarakat.

c) Gaya Hidup

Istilah gaya hidup baik dari sudut pandang individual maupun kolektif, mengandung pengertian bahwa gaya hidup sebagai cara hidup

mencakup sekumpulan kebiasaan, pandangan, dan pola-pola respons terhadap hidup, terutama perlengkapan untuk hidup. Dalam psikologi, gaya hidup umumnya dipahami sebagai cara atau kebiasaan pribadi yang unik dan individu. Gaya hidup dipahami sebagai adaptasi aktif individu terhadap terhadap kondisi sosial dalam rangka memenuhi kebutuhan untuk menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Cara berpakaian, konsumsi makanan termasuk penggunaan zat-zat adiktif, cara kerja, dan bagaimana individu mengisi kesehariannya merupakan unsur-unsur yang membentuk gaya hidup. (Takwin, 2006:36-37).

"Budaya konsumsi telah menggiring masyarakat modern kepada sebuah budaya baru, yang diantaranya dicirikan oleh semakin terpusatnya kehidupan pada dunia konsumsi, semakin terpusatnya kehidupan pada dunia objek (material culture), semakin tersegmentasinya masyarakat ke dalam berbagai kelompok gaya hidup (Piliang, 2002:15).

Gaya hidup merupakan hasil interaksi yang intens dari orang yang menjalankan dan peralatan yang digunakan, hasil interaksi antara subjek dan objek. Gaya hidup merupakan gejala yang kompleks serta mengandung berbagai interaksi dari beragam unsur dan aspek yang terkait dengan hidup manusia. Seperti dikemukakan Bourdieu, "gaya hidup seseorang dipahami sebagai hasil dan interaksi antara

manusia sebagai subjek sekaligus objek dalam masyarakat, hasil dan pikiran sadar dan tak sadar, serta terbentuk sepanjang sejarah hidupnya. (Takwin, 2006:37-38). "Gaya hidup merupakan contoh kecenderungan kelompok-kelompok dalam menggunakan barang-barang untuk membedakan diri mereka dengan kelompok lainnya, sekaligus mendukung pandangan bahwa praktek-praktek konsumsi dapat dipahami dalam konteks sebuah perjuangan memperoleh posisi sosial" (Lury, 1998:112).

Gejala adanya orang yang membeli barang tertentu yang memang mereka butuhkan (need). Bisa saja benar, tetapi mungkin juga mereka hanya sekedar membayar barang yang mereka inginkan (want) dan senang, dengan pengorbanan tertentu. Banyak orang membeli barang tertentu hanya demi prestise atau sekedar gengsi untuk mendapatkan status dalam lingkungannya. Dalam hal ini seseorang ingin menunjukkan eksistensinya dalam lingkungan pergaulan masyarakat atau mungkin mereka ingin merasa sama dengan orang lain, dengan cara berpenampilan yang serupa pula.

Handphone (HP) juga menjadi bagian dari gaya hidup. Sungguh luar biasa sebenarnya perkembangan HP, sehingga layaknya seperti mode pakain yang tiap tahun berubah. Hal yang sama juga terjadi pada HP yang awalnya digunakan untuk berkomunikasi antar sesama

namun seiring perkembangan zaman muncullah smartphone (Telpon pintar) yang menyediakan berbagai kecanggihan di dalamnya sehingga dapat dikatakan sebagai konvergensi media mulai dari TV, Radio, sampai pada akses internet. Walaupun fungsi awalnya hanya untuk orang dengan kesibukan tinggi seperti manager atau wanita karir, tetapi saat telah berubah menjadi berbagai macam alat dan fungsi yang sangat kompleks bagi siapapun yang ingin memilikinya. Penggunaan smartphone sebenarnya sudah tidak lagi sekedar bersifat fungsional yaitu mempermudah dalam menyelesaikan pekerjaan kantor tetapi lebih dari pada itu yakni sebagai alat yang bersifat materi sekaligus simbol bagi pemilik smartphone.

d) Tanda dan Identitas

"Tanda adalah sesuatu yang berdiri pada sesuatu yang lain atau menambahkan dimensi yang berbeda pada sesuatu, dengan memakai segala apapun yang dapat dipakai untuk mengartikan sesuatu hal lainnya". Benda-benda konsumen yang bersifat keduniaan dan dibutuhkan sehari-hari kemudian diasosiasikan dengan kemewahan, eksotika, keindahan dengan semakin memudahkan nilai fungsional yang semestinya. Masalah gaya hidup, menegaskan bahwa praktik-praktik konsumsi, tidak hanya berhubungan dengan

nilai tukar dan nilai fungsional (Berger, 2005:1).

Baudrillard mengatakan manakala komoditas berfungsi sebagai tanda dan simbol di wilayah konsumsi, maupun potensi mereka pada ranah kebudayaan. apa yang kita konsumsi bukanlah objek konsumsi itu sendiri, tetapi makna dan nilai tandanya. Baudrillard menggambarkan logika nilai tanda yang ada didalamnya melalui iklan dan pemasaran, sehingga komoditas mendapatkan makna kultural tertentu (Lee, 2006:39).

Komunikasi diantara manusia melibatkan penggunaan “tanda” (sign). Tanda adalah segala sesuatu yang dapat digunakan untuk sesuatu yang lain. Bagi Saussure tanda terdiri atas dua bagian. Kedua bagian itu disebut “penanda” (signifier) dan “pertanda” (signified). Menurut Saussure, tanda selalu mempunyai tiga wajah: tanda itu sendiri (sign), aspek material (entah berupa suara, huruf, bentuk, gambar, gerak) dan tanda yang berfungsi menandakan atau yang dihasilkan oleh aspek material (signifier), dan aspek mental atau konseptual yang ditunjuk oleh aspek material (signified). Saussure sangat tertarik dengan bahasa dan baginya “penanda” adalah bagian fisik tanda, yang berupa suara atau bentuk kata. “pertanda” adalah konsep mental yang

merupakan acuan bagi penanda. Ia adalah makna dan penanda. Secara bersama-sama, keduanya membentuk “tanda”. Sepatu bayi warna pink biasanya menandakan bahwa bayi yang memakainya adalah perempuan, sedang sepatu biru menandakan bahwa bayi pemakainya adalah laki-laki, warna sendiri tidak berhubungan dengan jenis kelamin, tetapi digunakan untuk menandakan atau mewakili sesuatu atau jenis kelamin (Barnard, 1996:116).

Misalnya kata “Supermarket” bisa menjadi tanda, karena dia memiliki signifier (kata itu sendiri) dan signified (tempat nyata dimana kita bisa berbelanja). Kesatuan antara kata dan kenyataan itulah yang membuat supermarket menjadi tanda (sign). Hubungan antara signifier dan signified ini disebut hubungan simbolik dalam arti bahwa signifier menyimbolkan signified (Susanto, 2001:48).

Artefak-arte-fak dan objek-objek lain (yang disebut “budaya material” oleh para antropologi) juga memberikan banyak informasi. Misalnya, semua tanda-tanda yang diperlihatkan seseorang kepada yang lain: kacamata, pakaian, perhiasan, sepatu, dompet, tas dan tas kantor, dsb. Kita akan mendapatkan banyak informasi tentang orang tersebut. Benda-benda material menginformasikan sesuatu mengenai seseorang,

baik orang tersebut menyadari atau tidak menyadarinya (Berger, 2005:30).

Benda material menjadi tanda dalam pembentukan identitas manusia refleksi atasnya: siapa kita, persepsi kita terhadap diri sendiri dan penilaian atas harga diri kita dipengaruhi oleh apa yang kita miliki dan kuasai. Di sini objek material berfungsi sebagai elemen dinamis diri yang mengalami perluasan. Pada beberapa kasus kehadiran objek benda material tertentu akan mengubah tentang persepsi tentang diri dan identitas. Benda-benda material berperan menjadi sebuah tanda sebagai sumber identitas sosial dan pembawa makna sosial. (Lee, 2006:45).

Orlin clapp menyatakan identitas meliputi segala pada seseorang yang dapat menyatakan secara sah dan dapat dipercaya tentang dirinya sendiri, status, nama, kepribadian dan masa lalunya. Hal ini menunjukkan bahwa identitas tidak merupakan suatu fungsi pemilikan setiap orang, tetapi sebaliknya, identitas dihubungkan dengan wujud simbolis yang dirasakan oleh orang lain. Orang lain harus menafsirkan tanda-tanda identitas seseorang secara benar suatu identitas orang tersebut dipahami dan disahkan (Berger, 2005:107).

Tanda-tanda pribadi secara jelas mempunyai tanda-tanda untuk menunjukkan diri kita sendiri kepada orang lain. Tanda-tanda tersebut semuanya berdasarkan pakaian kita,

model rambut, dan seterusnya merupakan suatu yang digunakan untuk “menyiarkan” identitas kita (Berger, 2005:110) aspek-aspek identitas diantaranya: identitas pribadi, identitas nasional, identitas pekerjaan, identitas badan hukum, identitas keagamaan.

Identitas seseorang bisa dilihat dari perbedaan yang begitu besar oleh penggunaan jenis-jenis khusus pada pakaian, barang atau benda. Dengan demikian, identitas seseorang bisa di lihat dari simbol-simbol atau tanda-tanda yang melekat pada tubuhnya.

C. Pembahasan

1. Diskusi Teoritik

Globalisasi merupakan suatu proses dimana segala sesuatu berupa kebudayaan, teknologi, perdagangan, investasi, maupun interaksi antar Negara dapat masuk ke wilayah Negara manapun, tidak mengenal batas suatu wilayah. Seperti yang terjadi pada masyarakat Indonesia saat ini, munculnya *smartphone* akhir-akhir ini disebabkan karena adanya proses globalisasi yang terjadi di berbagai belahan dunia. Dari proses globalisasi ini muncullah budaya penggunaan *smartphone* di kalangan pelajar yang telah menjadi sebuah gaya hidup baru bagi mereka.

Gaya hidup merupakan gejala yang kompleks serta mengandung berbagai

interaksi dari beragam unsur dan aspek yang terkait dengan hidup manusia. Seperti dikemukakan Bourdieu, “gaya hidup seseorang dipahami sebagai hasil dan interaksi antara manusia sebagai subjek sekaligus objek dalam masyarakat, hasil dan pikiran sadar dan tak sadar, serta terbentuk sepanjang sejarah hidupnya. (Takwin, 2006:37-38). Saat ini sudah terbukti banyaknya produsen smartphone yang berlomba menawarkan berbagai jenis smartphone mulai dari harga yang murah (dapat dijangkau) sampai yang mahal. Awalnya alat ini yang diciptakan untuk kalangan pekerja seperti pebisnis dan wanita karier namun dengan adanya berbagai inovasi teknologi, alat ini sudah banyak digunakan dikalangan pelajar.

Budaya penggunaan smartphone ini juga tidak lepas dari pengaruh lingkungan atau orang terdekat, berdasarkan pengakuan dari subyek penelitian bahwa alasan mereka menggunakan smartphone juga karena terpengaruh oleh lingkungan dekat mereka, mulai dari keluarga, kerabat, teman yang lebih dulu menggunakan smartphone, sehingga mau tidak mau mereka juga harus ikut menggunakan agar tidak tampak seperti anak yang kurang pergaulan (kuper) dan hal ini dapat

menjamin eksistensi dirinya dimata teman-temannya.

Dalam penelitian ini ditemukan beberapa alasan pelajar menggunakan smartphone karena tuntutan zaman, jadi seolah-olah barang ini wajib dimiliki oleh mereka, jika tidak maka akan ada semacam ejekan dari teman atau lingkungannya. Hal ini sejalan dengan yang dijabarkan teori *conformity* yang beranggapan: keadaan dimana seseorang berusaha menyesuaikan diri dengan lingkungan. Penyesuaian diri ini dapat didefinisikan sebagai interaksi Anda yang kontinu dengan diri Anda sendiri, dengan orang lain, dan dengan dunia Anda (Calhoun dan Acocella dalam Sobur, 2003:526). Conformity terjadi ketika seseorang menyesuaikan diri dengan kenyataan atau membayangkan tekanan sosial yang akan terjadi ketika ia melakukan suatu hal. Contohnya, ketika seorang pelajar menyukai sebuah smartphone karena dia menyukai aplikasi-aplikasinya, itu tidak bisa dikatakan conformity. Tetapi pelajar tersebut menyukai smartphone karena sedang tren kemudian rekannya menanyakan perasaannya jika tidak menggunakannya, itu bisa dikatakan sebagai conformity. Dalam sudut pandang ini, individu selalu diarahkan kepada tuntutan konformitas dan terancam akan

tertolak dirinya manakala perilakunya tidak sesuai dengan kebiasaan-kebiasaan yang berlaku.

Smartphone sebagai barang konsumsi tidak hanya dipahami sebagai konsumsi nilai-manfaat, suatu keperluan material, tetapi juga sebagai konsumsi tanda. Ketika seseorang mengkonsumsi benda yang ditawarkan, pada dasarnya dia juga ikut mengkonsumsi "makna" di balik benda tersebut. Sebagai contoh kecil, ketika seseorang mengonsumsi pizza, maka makna yang ikut dikonsumsi di baliknya adalah simbol modernitas dan status sosial begitu juga dengan smartphone. Baudrillard mengatakan manakala komoditas berfungsi sebagai tanda dan simbol di wilayah konsumsi, maupun potensi mereka pada ranah kebudayaan. apa yang kita konsumsi bukanlah objek konsumsi itu sendiri, tetapi makna dan nilai tandanya. Baudrillard menggambarkan logika nilai tanda yang ada didalamnya melalui iklan dan pemasaran, sehingga komoditas mendapatkan makna kultural tertentu (Lee, 2006:39).

Sehingga smartphone dapat menjadi tanda dalam pembentukan identitas pelajar, refleksi pelajar terhadap diri sendiri dan penilaian atas harga dirinya dipengaruhi oleh apa yang mereka miliki dan gunakan. Di sini smartphone berfungsi sebagai

elemen dinamis diri pelajar yang mengalami perluasan. Pada beberapa kasus kehadiran smartphone dapat mengubah tentang persepsi tentang diri dan identitas pelajar. Dengan demikian, identitas seseorang pelajar bisa di lihat dari simbol-simbol atau tanda-tanda yang melekat pada tubuhnya, dan diantara tanda atau symbol tersebut salah satunya adalah smartphone.

D. Kesimpulan Dan Saran

Berdasarkan deskripsi dan analisa data yang diperoleh dari hasil penelitian yang berjudul makna bersmartphone bagi pelajar (Studi Kasus Penggunaan Smartphone di Kalangan pelajar SMAN 1 Malang) Maka dalam penelitian ini ditemukan bahwa para pelajar memberikan dua pemaknaan yang sifatnya berbeda. Yakni pemaknaan smartphone yang dilihat dari segi fungsional atau nilai guna dan pemaknaan dari segi simbolik :

- 1) Adapun makna fungsional smartphone yang bisa di ungkap dari penelitian ini adalah:
 - a) Smartphone bukan hanya sekedar alat komunikasi namun juga sebagai media hiburan bagi beberapa pelajar yang digunakan untuk menghibur diri pada saat senggang, sendirian, dan kesepian.

- b) Smartphone merupakan alat praktis yang digunakan siswa dalam menyelesaikan tugas yang diberikan oleh guru.
 - c) Pelajar menggunakan smartphone hanya untuk memenuhi kebutuhan bersifat sekunder sebagai alat komunikasi yang efektif terutama di dalam sosial media.
- 2) Sedangkan makna simbolik smartphone yang bisa di ungkap dalam penelitian ini adalah :
- a) Beberapa pelajar yang gemar mengganti smartphonenya tidak hanya untuk mendapatkan manfaat dari smartphone tersebut, akan tetapi mereka menggunakan smartphone untuk menunjukkan golongan kelas ekonomi mereka.
 - b) Sebagian pelajar juga memaknai smartphone sebagai alat yang hanya untuk sosial *prestige* atau ingin mengikuti tren semata agar tidak di bilang kuper, ndeso, dan katrok.
 - c) Penggunaan smartphone merk tertentu oleh sebagian pelajar diyakini dapat menunjukkan strata sosial, atau sekedar gengsi dengan teman sebaya yang dapat menjamin ke eksisannya di lingkungan sekitar.

Smartphone yang dimiliki oleh pelajar melalui simbol-simbol yang diberikan bisa memudahkan orang lain membaca identitas mereka:

- a) Smartphone menjadi simbol bagi pemiliknya yang kemudian dapat membedakan identitas seseorang, dan seseorang tersebut dapat melebur kedalam smartphone yang dimilikinya.
- b) Pelajar juga dapat menampakkan identitas sosial mereka melalui smartphone yang dimilikinya. Jika smartphone tersebut semakin canggih maka dipastikan smartphone tersebut semakin mahal dan itu dapat menunjukkan status sosial pelajar.

Daftar Rujukan

- Bagus Takwin (2006) *Resistensi Gaya hidup: Teori dan Realitas*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Baudrillard, Jean P (2004) *Masyarakat Konsumsi*, Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Berger, Arthur Asa (2005) *Tanda-tanda dalam Kebudayaan Kontemporer, Suatu Pengantar Semiotika*, Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Burhan Bungin (2003) *Analisis Data Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Chaney, David (1996) *Lifestyles Sebuah Pengantar Komprehensif*, Yogyakarta: Jalasutra.
- Dedy Mulyana (2006) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Emzir (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data*, Jakarta: Raja Grafindo Persada

- Featherstone, Mike (2001) *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kamanto Sunarto (2000) *Pengantar Sosiologi*, Jakarta: FE UI.
- Lee, Martyn J (2006) *Budaya Konsumen Terlahir Kembali*, Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Moloeng, Lexy J (2005) *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Ritzer, George (2003) *Teori Sosial Postmodern*, Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- _____ (2007) *Teori Sosiologi Modern*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- _____ (1992) *Sosiologi. Ilmu pengetahuan berparadigma ganda*, Jakarta: Rajawali Pers
- Soerjono Soekanto (1980) *Seri Pengenalan Sosiologi 2: George Simmel*, Jakarta: Rajawali Pers.
- _____ (1983) *Kamus Sosiologi*, Jakarta: Rajawali Pers
- Spradley, James P (2007) *Metode Etnografi*, Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Sugiyono (2005) *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*, Bandung: CV. Alfabeta.