

Teknologi Komunikasi dan Kebutuhan Afiliasi

(Studi Kolerasional Pengaruh *Instant Messaging Blackberry Messenger* pada *Handphone* merek *Blackberry* Terhadap Kebutuhan Afiliasi di kalangan mahasiswa USU angkatan 2008-2010)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Sarjana (S-1) pada
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Departemen Ilmu Komunikasi**

Disusun oleh :

Nenda Pratiwie Soekindra

070904006



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS SUMATERA UTARA
MEDAN
2011**

ABSTRAKSI

Penelitian ini berjudul Teknologi Komunikasi dan Kebutuhan Afiliasi (Studi Korelasional Pengaruh *Instant Messaging Blackberry Messenger* pada *Handphone* Merek *Blackberry* Terhadap Kebutuhan Afiliasi di Kalangan Mahasiswa USU Angkatan 2008-2010). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pola penggunaan fitur *instant messaging Blackberry Messenger* pada *handphone* merek *Blackberry* terhadap pemenuhan kebutuhan afiliasi di kalangan mahasiswa program S1 Universitas Sumatera Utara angkatan 2008-2010.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional yang bertujuan menemukan ada atau tidaknya hubungan, seberapa erat hubungan dan berarti tidaknya hubungan antara fitur *instant messaging Blackberry Messenger* pada *handphone* merek *Blackberry* terhadap pemenuhan kebutuhan afiliasi di kalangan mahasiswa program S1 Universitas Sumatera Utara angkatan 2008-2010.

Populasi di dalam penelitian ini adalah mahasiswa program S1 Universitas Sumatera Utara angkatan 2008-2010 yang berjumlah 16030 orang. Untuk menentukan jumlah sampel digunakan rumus Taro Yamane dengan presisi 10% dengan tingkat kepercayaan 90% sehingga diperoleh sampel sebanyak 99 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Snowball Sampling*. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan di dalam penelitian ini melalui dua cara, yaitu Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) dan Penelitian Lapangan (*Field Research*).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tabel tunggal, analisis tabel silang dan uji hipotesis melalui rumus Koefisien Korelasi Tata Jenjang (*Rank Order*) oleh Spearman dengan menggunakan piranti lunak *Statistical Product and System Solution* (SPSS) versi 18.0 dan di dukung dengan menggunakan skala *Guilford*. Untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh variabel X terhadap Y juga menggunakan piranti lunak SPSS versi 18.0.

Dari perhitungan koefisien korelasi dengan menggunakan Spearman Rho Koefisien, yaitu 0,027, menunjukkan bahwa: **“Terdapat hubungan yang rendah sekali antara fitur *instant messaging Blackberry Messenger* pada *handphone Blackberry* dengan kebutuhan afiliasi pada mahasiswa USU angkatan 2008-2010”**.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah swt yang telah memberikan akal, rintangan, ujian, dan ridha-Nya kepada penulis sehingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan suatu tantangan hidup bagi penulis yang telah mengajarkan kedewasaan, sabar, ikhlas, bersyukur dan solidaritas sehingga penulis menjadikannya sebagai pelajaran untuk mencapai masa depan. Shalawat beriring salam kepada Rasulullah Muhammad saw, pembimbing bagi siapa yang mencari-Nya.

Penulisan skripsi ini masih jauh dari kata maksimal, namun bagaimanapun hasilnya, penulis berharap semoga dapat memberikan pengalaman dan manfaat bagi yang lainnya. Penulis menyadari bahwa terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan dalam pengerjaannya, namun penulis bersyukur dan berterima kasih karena telah mendapat perhatian dan dukungan dari berbagai pihak yang turut membantu menyelesaikan skripsi ini. Maka, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dari hati yang ikhlas kepada:

1. Orangtua tercinta. *Thank you my beloved Papa, Soekemi. And thank you for the greatest Mama ever*, Indrayani. Terima kasih karena telah mengajarkan makna hidup kepada penulis, memanjakan penulis, mengamini setiap doa penulis, memfasilitasi setiap keinginan penulis dalam pengerjaan skripsi, dan mengerti akan keinginan penulis yang masih kebanyakan main. Penulis mempersembahkan skripsi ini untuk Mama dan Papa.
2. Bapak Prof. Dr. Badaruddin, M. Si. Selaku Dekan FISIP USU.
3. Ibu Dra. Fatma Wardy Lubis, M.A. selaku Ketua Departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU.
4. Ibu Dra. Dayana, M.Si. Selaku Sekretaris Departemen Ilmu Komunikasi FISIP USU beserta Kak Cut, Kak Ros, dan Kak Maya.

5. Abang Drs. Hendra Harahap, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu yang sangat banyak dan berbagi ilmu yang sangat berharga selama membimbing penulis.
6. Pak Drs. Humaizi, MA, selaku Dosen wali penulis.
7. Bapak dan Ibu Dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bekal pengetahuan selama masa perkuliahan.
8. Bg Nando dan Naldi tercinta. Dua super saudara yang juga menjadi motivator penulis sekaligus menjadi dua *bodyguard* penulis, terima kasih. Buat sepupu-sepupu terbaikku Ayu, Ampy, kak Checyl, Dilla, kak Nini, makasih selalu bisa memberi *service* terbaik saat penulis pulang kampung.
9. Keluarga Besar Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat FISIP USU, teman-teman terbaik sejak awal menjejakkan kaki di FISIP. Untuk tawa dan tangis, diskusi dan TST, terima kasih sebesar-besarnya, terutama untuk Batu Kristal. *Remember me as Maknyoz* ya.
10. Keluarga besar USUKom fm, akhirnya bakat penulis tersalurkan meski tidak maksimal, terimakasih Ibu Dr. Nurbani, selaku Kepala Stasiun dan Kak Emily. Terima kasih kak Windi Adwina Siregar aka Kawin atas masukan, motivasi, cela, puji, cerita, pelajaran, dan semuanya. Terima kasih banyak ya sobat kampus, terkhusus untuk Ejoy (aaa..*I'll miss u mongkey*), Harri (rekan senasib), Bang Juju (untuk jasa laptopnya yang superb sekali), Trik, Ande, Qin, Bang Dolski, Bang Ajik, Tysa (untuk masukan judul skripsinya, makasih ya), dan Dilla.
11. Teman-teman penulis. Maemuna Maesaro Maya, Ririn, Pipit, Frisca, Dema, Sitong, Devia, Andyn, Ara. Koster Muslimah aka anak bandrek, kak Mella, Kak Ita, Kak Ayu,

dan Dani (*will be miss u terribly girls*). Teman-teman ngopi, Bg Jakik, Bg Brandok, Bg Perik. Semoga bisa bersahabat hingga tua nanti.

12. Buat lelaki-lelaki berikut. Be, Garing, Ding, Fu. Terima kasih sudah mengenal saya lebih spesial.

13. Anak-anak Komunikasi 2007, terutama Gegek dan Hera atas bantuan penulisan skripsi. Terima kasih juga untuk yang mereka telah mendirikan Gerakan Anti Nenda (salut, saya punya *haters* yang kreatif meski tidak berani berhadapan langsung).

14. Terima kasih Semesta dan keajaiban-keajaiban yang terjadi selama penulis menjadi anak kos sebatang kara di tanah Medan, untuk kereta (si Buled), Laptop (si Ganteng), *handphone* (si Mininoki dan si AA), benda-benda tersayang yang menjadikan simbiosis mutualisme yang sempurna.

Maaf jika masih ada nama-nama yang lupa untuk dituliskan. Rasa terima kasih yang tertulis tidak akan cukup untuk semua kebaikan kepada penulis. Semoga Yang Maha Kuasa dapat membalasnya.

Penulis,

Nenda Pratiwie Soekindra

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Perumusan Masalah.....	8
I.3 Pembatasan Masalah.....	8
I.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
I.4.1 Tujuan Penelitian.....	9
I.4.2 Manfaat Penelitian.....	9
I.5 Kerangka Teori.....	10
I.5.1 Komunikasi	10
I.5.2 Teknologi Komunikasi.....	11
I.5.3 Teori Adopsi Inovasi.....	12
I.5.4 Teori Uses and Gratifications.....	14
I.5.5 Teori Afiliasi.....	15
I.5.6 Instant Messaging.....	15
I.6 Kerangka Konsep.....	16

I.7	Model Teoritis.....	18
I.8	Operasional Variabel.....	18
I.9	Definisi Operasional.....	19
I.10	Hipotesa.....	21

BAB II URAIAN TEORITIS

II.1	Komunikasi.....	23
	II.1.1 Komunikasi Sosial.....	25
	II.1.2 Psikologi Komunikasi.....	26
II.2	Teknologi Komunikasi.....	27
II.3	Teori Difusi Inovasi.....	29
	II.3.1 Mekanisme Difusi Inovasi.....	30
	II.3.2 Karakteristik Inovasi.....	32
II.4	Teori Uses and Gratifications.....	34
	II.4.1 Elemen Uses and Gratifications.....	35
II.5	Teori Afiliasi.....	36
II.6	Instant Messaging.....	39
	II.6.1 Fungsi Instant Messaging.....	40

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

III.1	Deskripsi Lokasi Penelitian.....	41
	III.1.1 Universitas Sumatera Utara.....	41
	III.1.1.1 Sejarah Universitas Sumatera Utara.....	41
	III.1.1.2 Visi, Misi, Tujuan Universitas Sumatera Utara.....	44

III.1.1.3	Infrastruktur Universitas Sumatera Utara.....	45
III.2	Waktu Penelitian.....	47
III.3	Lokasi Penelitian.....	47
III.4	Populasi dan Sampel.....	48
III.5	Metode Penelitian	51
III.6	Teknik Penarikan Sampel.....	51
III.7	Teknik Pengumpulan Data.....	52
III.8	Teknik Analisis Data.....	53
BAB IV	ANALISIS DATA	
IV.1	Analisis Tabel Tunggal	56
IV.1.1	Karakteristik Responden.....	56
IV.1.2	Fitur <i>Instant Messaging</i> pada <i>Handphone</i> <i>Blackberry</i>	60
IV.1.3	Pemenuhan Kebutuhan Afiliasi pada Mahasiswa S1 Universitas Sumatera Utara.....	71
IV.2	Analisis Tabel Silang.....	101
IV.3	Uji Hipotesis.....	107
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
V.1	Kesimpulan.....	119
V.2	Saran.....	120
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

No.Tabel 1	Operasional Variabel.....	18
2	Populasi Mahasiswa Program S1 Universitas Sumatera Utara Angkatan 2008-2010.....	49
3	Intensitas Penggunaan <i>Blackberry Messenger</i> dalam sehari.....	60
4	Jumlah Kontak yang Terdapat di dalam <i>Blackberry Messenger</i>	61
5	<i>Friend Request</i> yang diterima dalam Satu Minggu.....	62
6	Intensitas Penggunaan <i>Blackberry Messenger</i> dalam sehari Pagi-Siang (06.00 s/d 12.00).....	63
7	Intensitas Penggunaan <i>Blackberry Messenger</i> dalam sehari Siang-Sore (12.00 s/d 18.00).....	64
8	Intensitas Penggunaan <i>Blackberry Messenger</i> dalam sehari Sore-Malam (18.00 s/d 24.00).....	65
9	Intensitas Penggunaan <i>Blackberry Messenger</i> dalam sehari Malam-Pagi (24.00 s/d 06.00).....	66
10	Intensitas Penggunaan Fitur <i>Blackberry Messenger</i> dalam Sehari.....	67
11	Melakukan Adaptasi Terlebih dahulu Setiap Akan Melakukan <i>Chat</i> dengan kontak yang Ada di <i>Blackberry Messenger</i>	71
12	Melakukan <i>Chat</i> dengan Sesama Pengguna di Dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i> secara Terus-menerus dan Berkelanjutan Hingga Akhir Topik Pembahasan.....	72

13	Melakukan <i>Chat</i> dengan Lebih dari Satu Pengguna di dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i> dalam Waktu yang Bersamaan.....	73
14	Selalu Berani Membuka Obrolan <i>Chat</i> Terlebih Dahulu dengan Sesama Pengguna di Dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i>	74
15	Percaya Terhadap Percakapan <i>Chat</i> dengan Sesama Pengguna di Dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i>	75
16	Selalu Percaya Diri Saat Melakukan <i>Chat</i> dengan Sesama Pengguna di Dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i>	76
17	Merasa Puas dengan Tanggapan yang Diberikan Oleh Sesama Pengguna di Dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i>	77
18	Selalu Berbagi Info yang Dimiliki Melalui <i>Broadcast Message</i> Kepada Pengguna di Dalam kontak <i>Blackberry Messenger</i>	78
19	Selalu Berbagi Info yang Dimiliki Melalui Diskusi Grup <i>Blackberry Messenger</i> kepada Pengguna di Dalam Kontak	79
20	Selalu Mendapatkan Info dari Pengguna di Dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i>	80
21	Memberikan Dukungan (<i>Support</i>) Melalui Percakapan <i>Chat</i> Kepada Sesama Pengguna di Dalam Kontak <i>Blackberry Blackberry Messenger</i>	81
22	Mendapat Dukungan (<i>Support</i>) Melalui Percakapan <i>Chat</i> Bersama Pengguna di Dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i>	82
23	Melakukan Kerjasama yang Baik dengan Sesama Pengguna di Dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i> Melalui Diskusi Grup.....	83

24	Bisa Mengambil Keputusan Terbaik Setelah Berdiskusi di Dalam Grup <i>Blackberry Messenger</i>	84
25	Merasa Kompak dengan Teman-teman di Dalam Grup <i>Blackberry Messenger</i>	85
26	Pendapat Selalu Diterima Dalam Pengambilan Keputusan Bersama Teman di Dalam Grup <i>Blackberry Messenger</i>	86
27	Merasa Hasil Kerjasama yang Dibangun Bersama Pengguna di Dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i> Telah Memenuhi Harapan...	87
28	Selalu Sepaham dengan Pendapat yang Diuraikan oleh Teman-teman di Dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i>	88
29	Selalu Merasa Bergantung Kepada Pendapat yang Diberikan oleh Teman Chat Sesama Pengguna di Dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i>	89
30	Melakukan Percakapan Chat dengan Sesama Pengguna di Dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i> Sehingga Timbul Rasa Simpati.....	90
31	Melakukan Percakapan Chat dengan Sesama Pengguna di Dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i> Sehingga Timbul Rasa Empati.....	91
32	Menerima Pengorbanan yang Dilakukan Oleh Pengguna di Dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i> Setelah Melakukan Chat Bersama Pengguna Tersebut.....	92
33	Menggunakan <i>Voice Note</i> Untuk Menjelaskan Sesuatu yang Rumit Bila Disampaikan Melalui Chat.....	93
34	Mengganti <i>Display Picture</i> Agar Pengguna <i>Blackberry Messenger</i>	

	di Dalam Kontak Tahu Dimana Keberadaan.....	94
35	Mengganti <i>Display Picture</i> Untuk Memancing Percakapan dengan Teman-teman di Dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i>	95
36	Mengganti <i>Personal Status</i> Sesuai Dengan Suasana Hati pada Saat Itu	96
37	Mengganti <i>Personal Status</i> Untuk Memberitahukan Kegiatan yang Dilakukan Saat Itu.....	97
38	Mengganti <i>Personal Status</i> Untuk Memancing Percakapan dengan Teman-teman di Dalam Kontak <i>Blackberry Messenger</i>	98
39	Merasa Mendapatkan Eksistensi yang Maksimal Bila Selalu <i>Update</i> dalam Fitur <i>Blackberry Messenger</i>	99
40	Tidak Bisa Tidak Melakukan Aktifitas Percakapan Chat Menggunakan <i>Blackberry Messenger</i> dalam Keseharian.....	100
41	Hubungan Antara Intensitas Penggunaan <i>Blackberry Messenger</i> dalam Sehari terhadap Pemenuhan Kebutuhan Afiliasi dalam Dimensi Penerimaan	101
42	Hubungan Antara Intensitas Penggunaan <i>Blackberry Messenger</i> dalam Sehari terhadap Pemenuhan Kebutuhan Afiliasi dalam Dimensi Rasa Memiliki.....	102
43	Hubungan Antara Intensitas Penggunaan <i>Blackberry Messenger</i> dalam Sehari terhadap Pemenuhan Kebutuhan Afiliasi dalam Dimensi Kerja Sama.....	103
44	Hubungan Antara Intensitas Penggunaan <i>Blackberry Messenger</i>	

	dalam Sehari terhadap Pemenuhan Kebutuhan Afiliasi dalam dimensi Sosial	105
45	Hubungan Antara Intensitas Penggunaan <i>Blackberry Messenger</i> dalam Sehari terhadap Pemenuhan Kebutuhan Afiliasi dalam dimensi Hubungan yang Erat.....	106
46	Korelasional Antara Intensitas Penggunaan Fitur <i>Blackberry Messenger</i> dalam Sehari Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Afiliasi dalam Dimensi Penerimaan.....	108
47	Korelasional Antara Intensitas Penggunaan <i>Blackberry Messenger</i> dalam Sehari Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Afiliasi dalam Dimensi Rasa Memiliki.....	110
48	Korelasional Antara Intensitas Penggunaan <i>Blackberry Messenger</i> dalam Sehari Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Afiliasi dalam Dimensi Kerja Sama.....	111
49	Korelasional Antara Intensitas Penggunaan <i>Blackberry Messenger</i> dalam Sehari Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Afiliasi dalam Dimensi Sosial.....	113
50	Korelasional Antara Intensitas Penggunaan <i>Blackberry Messenger</i> dalam Sehari Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Afiliasi dalam Dimensi Hubungan Yang Erat	114
51	Koefisien Korelasi Spearman Rho	116

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar 1	Lima Tahap Difusi Inovasi Menurut Rogers (1963)	31
2	Usia	56
3	Jenis Kelamin.....	57
4	Fakultas.....	58
5	Angkatan/Stambuk.....	59
6	Kurva Intensitas Penggunaan Fitur <i>Blackberry Messenger</i> Dalam sehari.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

- | | |
|--------------|--|
| No. Lampiran | 1. Kuisisioner Penelitian |
| | 2. Tabel Fortran Cobol |
| | 3. Surat permohonan penelitian dari FISIP USU kepada Rektor USU |
| | 4. Surat balasan pemberian izin penelitian dari Rektor USU kepada FISIP
USU |
| | 5. Lembar catatan bimbingan skripsi |
| | 6. Biodata |