

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Ilmu pengetahuan terus mengalami kemajuan yang kemudian diiringi oleh perkembangan teknologi yang berkembang secara cepat karena dipengaruhi oleh perkembangan dari era globalisasi. Teknologi merupakan suatu seni yang memproduksi berbagai alat produksi yang kemudian nantinya digunakan (Martono, 2014:276). Menurut Jean Baudrillard teknologi merupakan tanda kemajuan, seseorang yang menggunakan teknologi mencerminkan kemajuan dalam dirinya (Martono, 2014:216).

Globalisasi dapat meningkatkan keterkaitan bangsa di berbagai belahan dunia, salah satunya yaitu melalui budaya yang disebut sebagai budaya populer. Hal ini dapat terlihat dengan jelas melalui sebuah tayangan yang menawarkan budaya baru yang biasanya merupakan hasil dari Budaya Barat yang mengusung pola hidup konsumtif dan mewah dalam masyarakat kapitalis dimana hal ini mencerminkan budaya populer telah dikonstruksi makna dan nilainya. Sebagaimana hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Dwi (2023) bahwa masuknya Budaya Barat ini diterima dengan baik sehingga globalisasi telah memasuki berbagai sistem nilai sosial dan budaya yang meracuni masyarakat Indonesia bahkan mereka tidak bisa memanipulasi diri sendiri untuk tidak mengkonsumsi tayangan di televisi dan media digital.

Saat ini komunikasi menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat seperti halnya bernafas sehingga setiap manusia perlu berkomunikasi (Cangara, 2009:1). Kemajuan teknologi dan informasi di Indonesia ditandai dengan semakin luasnya jaringan satelit seperti radio dan televisi, namun saat ini benda tersebut mulai digeser oleh *smartphone*. *Smartphone* adalah ponsel pintar yang di dalamnya memiliki teknologi canggih sehingga memiliki kemampuan untuk mengakses internet yang dirasa lebih praktis karena dapat dibawa dengan mudah kemana saja dan informasi tersampaikan secara cepat. Merek ponsel pertama yaitu Morola Dynatac dimana alat ini pertama kali muncul pada 1973 di New York oleh

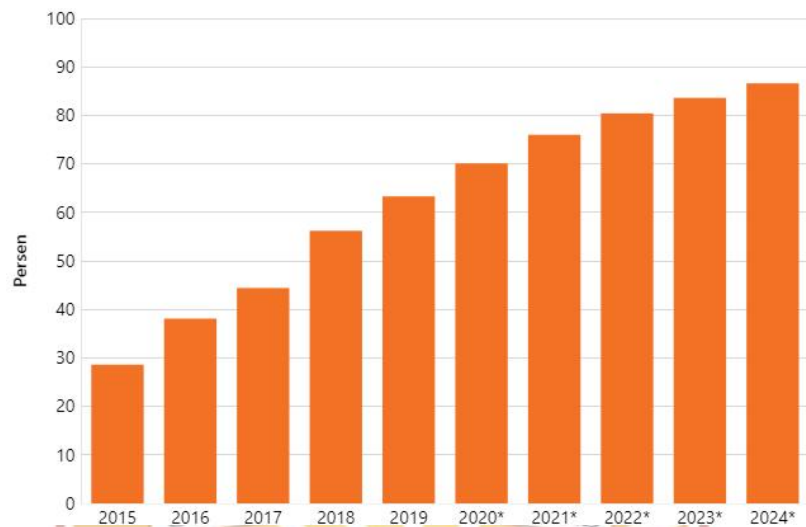
Martin Cooper dari Amerika Serikat. Pada tahun 1992 *smartphone* pertama mulai dikenalkan ke publik yang diberi nama Simon. Konsep *smartphone* terus mengalami peningkatan dan menawarkan berbagai kelebihan sehingga memberikan kenyamanan bagi penggunanya. Namun tidak dapat dielakan bahwa keberadaan *smartphone* telah menggeser penggunaan alat sebelumnya seperti radio, tv dan komputer. Oleh karena itu, *smartphone* menjadi alat telekomunikasi yang tinggi peminatnya. Hal ini dipertegas oleh hasil survei yang dilakukan oleh Radio Republik Indonesia (RRI) tahun 2024 terkait berbagai alat telekomunikasi yang digunakan oleh masyarakat Indonesia.

**Tabel 1. 1**  
**Alat Telekomunikasi yang Digunakan Masyarakat Indonesia**

Alat Telekomunikasi	2024
Radio	51,1%
Televisi	65,8%
Komputer	84,1%
<i>Smartphone</i>	96,2%

*Sumber:* Radio Republik Indonesia Tahun 2024

Dari tabel diatas terlihat bahwa jumlah pendengar radio pada tahun 2024 sangat sedikit dibandingkan dengan alat telekomunikasi lainnya yaitu hanya 51,1% orang. Kemudian yang masih menonton Televisi sebanyak 65,8% orang. Data selanjutnya menunjukkan 84,1% orang menggunakan komputer. Sedangkan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu *smartphone* dengan 96,2% pengguna. Dari total populasi Indonesia yang berjumlah 278,7 juta orang, terdapat 185,3 juta di antaranya merupakan pengguna internet dan ada 139 juta orang adalah pengguna media sosial aktif. Berdasarkan pengguna dengan rentang usia 16-64 tahun mendominasi dengan jumlah 97,8% pengguna.



**Gambar 1. 1**  
**Diagram Pengguna Smartphone**  
**Sumber: Databoks Tahun 2024**

Dari gambar di atas terlihat bahwa terjadi peningkatan jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia. Terlebih lagi, penggunaan *smartphone* diprediksi terus meningkat karena harga-harga *smartphone* yang semakin terjangkau seiring berjalannya waktu. Menurut prediksi, pada tahun 2025 sekitar 89,2% penduduk Indonesia diperkirakan akan memiliki *smartphone* (Databoks Tahun 2024).

Sehingga segala informasi dapat diakses dan disebar dengan mudah termasuk budaya populer. Budaya populer cenderung identik dengan hal yang berhubungan dengan popularitas sehingga objek kajiannya yaitu berhubungan dengan aktivitas keseharian manusia seperti penggunaan teknologi. Seperti halnya kalangan remaja yang tidak terlepas dari perkembangan teknologi. Para remaja cenderung ingin tahu berbagai informasi yang tersebar di dunia maya sehingga budaya populer yang didukung oleh perkembangan teknologi diserap dengan mudahnya dan telah mengubah pola pikir remaja menjadi tidak lebih realistis bahkan disadari atau tidak mereka telah menghabiskan sebagian besar waktunya hanya untuk menatap layar *smartphone*. Seperti hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Mukminiati (2020), remaja cenderung sangat bergantung pada penggunaan *smartphone* dalam aktivitas sehari-harinya dan bahkan bisa menghabiskan lebih dari 10 jam sehari untuk menggunakan perangkat tersebut.

Akibatnya, kegiatan lain seperti ibadah dapat tertunda karena mereka terlalu fokus memainkan berbagai fitur yang ada di dalam *smartphone*. Sebagaimana penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Asminingtyas (2020) bahwa rata-rata remaja menggunakan *smartphone* 10 jam dalam sehari sehingga hal ini mengubah pola hidup remaja.

Sebagai sebuah produk teknologi komunikasi, *smartphone* baik IOS ataupun Android memiliki pasar yang beragam dan sangat luas. Apalagi saat sekarang ini yang semakin mengalami kemajuan baik dari bentuk, fitur dan fungsi. Bahkan berbagai jenis/merek *smartphone* yang kini beredar di pasaran memiliki spesifikasi khusus seperti kualitas kamera, bentuk *smartphone*, memori dan lainnya guna menunjang kegiatan dari penggunaannya yang sangat beragam. Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh Goodstats tahun 2023 terhadap merek *smartphone* yang digunakan di Indonesia yaitu merek Oppo menduduki peringkat pertama yaitu sebanyak 20,36% pengguna, kemudian Samsung yaitu sebanyak 18,42% pengguna, Xiaumi 16,33% pengguna, Vivo 14,39% pengguna, Apple 12,11% pengguna (Data.Goodstats.id Tahun 2023). Padahal sebenarnya antara satu produk *smartphone* dengan yang lainnya yang berada di pasaran memiliki fitur-fitur yang hampir sama. Namun konsumen bisa dengan bebas memilih atau membeli suatu produk *smartphone* yang dirasa sesuai dengan kebutuhan maupun anggaran belanja yang mereka miliki. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Aprilia (2022) menunjukkan bahwa harga dan reputasi merek berdampak pada keputusan pembelian *smartphone*.

Menurut survei Newzoo tahun 2020, Tiongkok menduduki posisi pertama dengan jumlah pengguna mencapai 953,55 juta, sedangkan India menempati posisi kedua dengan 492,78 juta pengguna, Amerika Serikat menempati peringkat ketiga dengan jumlah pengguna sebanyak 273,76 juta, Indonesia berada di peringkat ke empat dalam penggunaan *smartphone* yaitu 170,43 juta. Indonesia Bahkan jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia diprediksi setiap tahunnya terus mengalami peningkatan (Databoks, 2020).

Menurut data yang dilakukan BPS pada tahun 2020, Provinsi Sumatera Barat bahwa remaja yang sedang bersekolah di tingkat SMA atau setara merupakan

kelompok dengan jumlah pengguna *smartphone* terbesar yakni mencapai 39,28%. Sehingga dengan perkembangan teknologi komunikasi yang pesat ini menjadikan jembatan ilmu bagi remaja dengan memanfaatkan perangkat teknologi *smartphone* yang di dalamnya merupakan media informasi seperti halnya internet yang dapat menjangkau informasi apapun dan dari belahan dunia manapun.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh BPS Provinsi Sumatra Barat khususnya pada wilayah Kota Padang yaitu tahun 2018 sebanyak 82,70% individu memiliki *smartphone* dari keseluruhan penduduk, tahun 2019 meningkat menjadi 87,25% individu dan tahun 2020 kembali terjadi peningkatan menjadi 89,30% individu. Sehingga tidak heran jika saat ini *smartphone* telah masuk pada berbagai lapisan sosial masyarakat, tidak terkecuali pada kalangan remaja. Bahkan hampir seluruh kegiatan yang dilakukan menggunakan *smartphone* sehingga dapat dikatakan bahwa alat ini mampu mempengaruhi seluruh sektor kehidupan termasuk pendidikan (Miarso, 1994:3). *Smartphone* pada bidang pendidikan memberikan begitu banyak kontribusi besar bagi pelajar dalam mengerjakan tugas-tugas dan mengakses informasi apapun yang berkaitan dengan bidang akademik sehingga penggunaannya didominasi oleh kalangan remaja.

Kota Padang memiliki luas wilayah 1.414,96 km yang terdiri dari sebelas kecamatan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 1. 2**  
**Kecamatan yang ada di Kota Padang**

No	Kecamatan	Jumlah Toko <i>Smartphone</i>	Jumlah Penduduk Usia Remaja
1.	Bungus Teluk Kabung	2 toko	4.857
2.	Lubuk Kilangan	5 toko	15.216
3.	Lubuk Begalung	14 toko	30.908
4.	Padang Selatan	15 toko	15.299
5.	Padang Timur	24 toko	19.265
6.	Padang Barat	41 toko	10.062
7.	Padang Utara	19 toko	14.005
8.	Nanggalo	3 toko	14.766
9.	Kuranji	4 toko	37.058
10.	Pauh	1 toko	23.627
11.	Koto Tengah	6 toko	49.287

*Sumber:* Badan Pusat Statistik Kota Padang Tahun 2023

Pada tabel 1.2 terlihat bahwa Kecamatan Padang Barat merupakan kecamatan dengan jumlah toko *smartphone* terbanyak di Kota Padang yaitu sebanyak 41 toko namun jika dilihat dari kelompok usia remaja maka Kecamatan Padang Timur hanya memiliki 10.062 jiwa. Sedangkan Kecamatan Padang Timur memiliki 24 toko yang menjual *smartphone* dan memiliki penduduk usia remaja berjumlah 19.265 jiwa. Sehingga Kecamatan Padang Timur sejalan dengan fokus penelitian yaitu penggunaan *smartphone* pada kalangan remaja yang menurut BKKBN yaitu seseorang dengan rentang usia 10 hingga 24 tahun dan belum menikah (Pusdatin.Kemkes.go.id).

Tersedianya toko yang menjual *smartphone* tentunya mempermudah seseorang untuk mendapatkan benda tersebut apalagi dengan datangnya pandemi Covid pada tahun 2019 silam membuat interaksi manusia dengan lingkungan sosialnya menjadi terhambat. Banyak pilihan cara yang menarik yang dilakukan oleh remaja dalam berkomunikasi salah satunya melalui *smartphone*. Sehingga *smartphone* dijadikan solusi sebagai alat komunikasi maupun informasi. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wijayanti (2022) bahwa *smartphone* sangat melekat pada bagian dari keseharian masyarakat yang menjadi gaya hidup dan menjadi suatu kebutuhan primer. Hal ini juga didukung oleh perkembangan *smartphone* itu sendiri yang terus mengalami kemajuan yaitu mulai dari fasilitas yang ditawarkan sampai bentuk yang lebih simpel. Bahkan dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zuhriyah (2021) ditemukan bahwa remaja mengalami kecemasan ketika berada jauh dari *smartphon*enya.

Seiring dengan modernisasi yang terus mengalami perkembangan di tengah kehidupan masyarakat, membuat gaya hidup terutama kalangan remaja juga semakin berkembang dalam kesehariannya. Guna mengikuti perkembangan dan gaya hidup yang kekinian menjadikan seseorang tidak dapat realistis untuk mengambil keputusan dalam mengkonsumsi barang yang mereka gunakan. Tujuan awal dari diciptakannya teknologi khususnya *smartphone* adalah untuk memudahkan kegiatan manusia. Apabila dicermati, realitanya fungsi *smartphone* mengalami pergeseran dimana *smartphone* bukan lagi hanya sebatas alat komunikasi jarak jauh namun telah menjadi bagian dari gaya hidup manusia.

Dapat dijumpai remaja saat ini seakan terikat dan tidak bisa lepas dari *smartphone* kapanpun dan dimanapun mereka berada bahkan dapat dijumpai remaja yang tengah berkumpul dengan teman sebayanya malah lebih asik manatap layar *smartphone* masing-masing dibandingkan saling berinteraksi secara langsung. Terlihat disini bahwa teknologi mampu menundukkan penggunanya sampai dirinya bisa mengabaikan keadaan sekitar. Jika seseorang tidak menyadari konsekuensi negatif dari penggunaan *smartphone* maka dirinya tidak akan sadar dengan kebutuhan yang sebenarnya (Bakhtiar, 2016:223-224). Hal ini menandakan bahwa seseorang telah masuk dalam dunia hiperrealitas.

*Smartphone* saat ini begitu lumrah untuk ditemui dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaannya tentu sangat beragam apalagi dapat disesuaikan dengan kebutuhan dari para penggunanya. Menurut data laporan yang dilakukan oleh *We Are Social* pada tahun 2024 bahwa aplikasi yang sering digunakan oleh penggunanya yaitu *instant messenger* sebanyak 90,9% dan media sosial sebanyak 85,3% (Databoks, 2024). Adapun aplikasi dari *instant messenger* yaitu Whatsapp, Line dan Telegram. Sedangkan aplikasi media sosial yaitu Instagram, Tiktok dan X. Hal ini dapat membuat komunikasi menjadi lebih cepat dan memudahkan untuk mendapatkan berbagai informasi. Namun dilain sisi, ada berbagai konsekuensi yang ditimbulkan. Penggunaan teknologi tentunya memiliki efek baik dan buruk tehusus bagi remaja yang menggunakannya. Apalagi mereka berada pada masa-masa yang rentan terhadap pengaruh dari luar (Wirawan, 1994:2). Masa remaja merupakan masa peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa yang ditandai dengan penambahan usia, perubahan tingkah laku dan perubahan fisik. Masa remaja menjadi sebuah periode dimana mereka mencoba menemukan identitas mereka sendiri. *Smartphone* yang semakin berkembang pesat, tentunya berdampak pada perilaku remaja sebagai pengguna.

Maka dari penjelasan di atas perlu untuk dilakukan penelitian mendalam mengenai fenomena tersebut dengan tujuan untuk melihat bagaimana bentuk hiperrealitas dalam penggunaan *smartphone* melalui *instant messenger* dan media sosial pada kalangan remaja dan melihat konsekuensi penggunaan *smartphone* pada kalangan remaja yang berada di Kecamatan Padang Timur.

## 1.2 Rumusan Masalah

Pada zaman sekarang, hiperrealitas merupakan sesuatu yang sering kita temui di kalangan remaja. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya realitas yang diciptakan oleh remaja untuk mencerminkan dirinya sendiri. Simulasi realitas sosial saat ini sedang marak pada media baru (*new media*) seperti aplikasi *instant messenger* dan media sosial. Fenomena ini sebenarnya didasarkan pada model tanpa referensi dan penggunaan *smartphone* menciptakan ilusi, fantasi dan citra saat berkomunikasi dan membentuk sebuah realitas baru bagi penggunanya. Hal ini membungkakan masyarakat untuk terhubung dan berbagi aktivitas keseharian yang berbeda dari rutinitas mereka yang sebenarnya.

Perkembangan hiperrealitas komunikasi tidak terlepas dari peran teknologi media komunikasi yang bergerak ke arah teknologi simulasi. Sebagai hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Handy (2020) bahwa kemajuan teknologi digital seperti *smartphone* erat kaitannya dengan proses simulasi yang mendasari terjadinya manipulasi visual. Saat ini komunikasi tampaknya berlangsung tanpa tujuan yang jelas, tanpa dasar makna, tanpa tujuan logis dan tanpa nilai manfaat apapun. Terlebih lagi desain aplikasi *instant messenger* dan media sosial memungkinkannya digunakan pada berbagai perangkat digital sehingga remaja bisa mengakses apapunya walaupun beda perangkat *smartphone*. Oleh karena itu tidak mengherankan jika remaja saat ini memiliki lebih dari satu jenis *smartphone*. Para pengguna *smartphone* bisa berinteraksi dengan pengguna lain dan membangun hubungan sosial, bekerja sama dan merepresentasikan diri secara virtual (Nasrullah, 2017:11).

Hal ini turut menyebabkan adanya pergeseran nilai dari kebudayaan yang dianut oleh para pengguna *smartphone* terkhusus dalam perubahan gaya hidup dan pola perilaku. Remaja kini tidak hanya fokus untuk kegiatan akademiknya namun juga berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang telah beragam. Mereka melakukan aktivitas konsumsi untuk mencari kegembiraan dalam bermain dengan simbol, gambar dan media yang ada (Piliang, 1999:252). Sehingga dapat dikatakan bahwa seseorang mengkonsumsi suatu barang bukan lagi sekedar memenuhi kebutuhan yang berkaitan dengan nilai guna barang tetapi juga



dikaitkan dengan unsur-unsur simbolis dengan tujuan untuk meningkatkan status, simbol sehingga status orang tersebut menjadi kelas sosial tertentu (Piliang, 1999:254). Tidak hanya memerlukan buku untuk menunjang kegiatan akademiknya namun remaja juga membutuhkan pengakuan melalui barang-barang yang mereka kenakan. Hal itu dapat terlihat dari perilaku mereka dalam mengikuti tren di media sosial dan memiliki barang-barang yang bermerek termasuk kepemilikan *smartphone* berdasarkan jenis/ merek yang digunakan. Ini sebenarnya bukan lagi kebutuhan yang esensial tetapi lebih sebagai gaya hidup yang dianggap sebagai cara untuk meningkatkan status diri.

Menurut Jean Baudrillard dengan teknologi yang terus berkembang pesat, masyarakat saat ini telah memasuki era postmodern. Masyarakat tidak lagi memprioritaskan apa yang mereka butuhkan melainkan lebih memperhatikan prestise, status sosial dan gaya hidup sebagai gambaran dari kebutuhan mereka. Pesatnya kemajuan teknologi komunikasi dan informasi saat ini membuat remaja seolah terhipnotis dengan dunia yang menawarkan berbagai hal yang canggih dan kemudahan. Saat memasuki era postmodern, terjadi perubahan tidak hanya pada cara remaja berinteraksi dan berkomunikasi namun juga pada perubahan sikap dan perilakunya dalam menghadapi realitas sosial di sekitarnya (Suyanto, 2013:198). Sehingga semakin sulit untuk membedakan antara realitas sosial yang alamiah, realitas palsu dan realitas di luar batas-batasannya sendiri.

Penggunaan *smartphone* secara konstan bisa berdampak pada perilaku dan kepribadian remaja dalam kesehariannya. Berbagai fitur canggih yang terdapat dalam *smartphone* dapat mempermudah aktifitas yang dilakukan oleh penggunanya. Namun di lain sisi, penggunaan yang berlebihan dapat mengakibatkan kecanduan dimana timbul perasaan cemas apabila terlalu lama tidak menggunakan *smartphone*. Sehingga konsekuensi yang ditimbulkan bisa positif dan negatif. Terlebih lagi, remaja seringkali identik mempunyai sifat labil dan rasa ingin tahu yang besar, maka ini dapat menimbulkan konsekuensi yang mengkhawatirkan. Oleh karena itu, sebagaimana telah dijelaskan di atas maka pertanyaan dalam penelitian ini adalah: **“Bagaimana Bentuk Hiperrealitas Dalam Penggunaan**

## ***Smartphone Melalui Instant Messenger dan Media Sosial pada Kalangan Remaja dan Konsekuensi Penggunaan Smartphone Pada Kalangan Remaja***

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu tujuan umum dan tujuan khusus:

#### **1.3.1 Tujuan Umum**

Tujuan umum dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana hiperrealitas tentang penggunaan *smartphone* melalui *instant messenger* dan media sosial pada kalangan remaja.

#### **1.3.2 Tujuan Khusus**

1. Mengetahui bentuk hiperrealitas penggunaan *smartphone* melalui *instant messenger* dan media sosial pada kalangan remaja
2. Mengetahui konsekuensi penggunaan *smartphone* pada kalangan remaja

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan tercapainya tujuan di atas, maka penelitian ini mempunyai manfaat secara akademis maupun praktis sebagaimana yang disebutkan di bawah ini:

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Secara akademis, hasil penelitian ini dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan khususnya di bidang sosiologi komunikasi karena berkaitan dengan alat telekomunikasi yaitu *smartphone*, serta menambah referensi baru ataupun dapat digunakan sebagai pembanding bagi pihak-pihak yang tertarik untuk meneliti fenomena ini lebih lanjut.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat secara praktis dari penelitian ini dapat berguna dalam memberikan kontribusi pemikiran, masukan ataupun referensi strategi kepada sekelompok orang ataupun lembaga yang berupaya dalam menanggulangi hiperrealitas penggunaan *smartphone* melalui *instant messenger* dan media sosial pada remaja

sehingga memudahkan dalam penyelesaian masalah dan meminimalisir dampak negatif dari penggunaan yang berlebihan.

