

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

1. Judul penelitian “*Analysis of Nomophobic Behaviors of Adolescents Regarding Various Factors*”. Jenis penelitian kuantitatif tahun 2016 yang dilakukan oleh Deniz Mertkan Gezgin dan Özlem Çakır. Penelitian, yang berfokus pada penyebab dan konsekuensi dari perbedaan yang sudah ada di antara partisipan. Dengan konsep bahwa era teknologi telah membawa *smartphone* menjadi keadaan yang signifikan dan memiliki pengaruh besar pada sosial dan emosional perkembangan remaja. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa *nomophobia* mempengaruhi kehidupan secara negatif. Adiksi terhadap *smartphone* mampu mempengaruhi keberhasilan dalam akademis siswa.
2. Judul penelitian “*Smartphone Addiction, Daily Interruptions and Self-Reported Productivity*”. Jenis penelitian kuantitatif tahun 2017 yang dilakukan oleh Éilish Duke dan Christian Montag. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada responden melalui sebuah situs *www.drogenbeauftragte.de*. Dengan konsep bahwa *smartphone* dapat mengalihkan perhatian seseorang dalam suatu kondisi. Seperti kondisi yang dibahas dalam penelitian ini adalah ketika seseorang sedang melakukan aktivitas bekerja. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa keterkaitan adiksi pada *smartphone* mengakibatkan efek negatif pada produktivitas di tempat kerja atau dalam kehidupan sehari-hari.
3. Judul penelitian “*The Impact of Smartphones and Mobile Devices on Human Health and Life*”. Jenis penelitian kuantitatif dengan menganalisa responden mengenai frekuensi menggunakan *smartphone* dalam kehidupannya. Penelitian tahun 2017 yang dilakukan oleh Leonid Miakotko. Dengan konsep mengenai bahaya gelombang elektromagnetik yang dipancarkan *smartphone*. Hasil penelitiannya ialah pengaruh hal tersebut terhadap kesehatan manusia masih diuji dan dipelajari. Tetapi ada risiko yang mungkin akan terjadi pada fisik manusia apabila terlalu sering menggunakan *smartphone*. Beberapa cara untuk mengurangi potensi risiko pada penggunaan *smartphone* berlebih ialah dengan melakukan latihan fisik khusus. Karena, penggunaan *mobile devices* berlebih mampu mengakibatkan gejala gangguan pada kinerja otot (*Muskuloskeletal*).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Medium Theory

Menurut (McLuhan, 1964) *The Medium is the Message*: dalam budaya kita, sudah lama terbiasa dalam membelah dan membagi semua hal menjadi sarana

kontrol, terkadang sedikit mengejutkan bahwa dalam operasional dan kenyataannya, *medium* adalah pesan. Dapat dikatakan bahwa konsekuensi pribadi dan sosial dari *medium* apapun – yaitu, perluasan dari diri sendiri – hasil dari skala baru yang diperkenalkan ke dalam urusan kita berdasarkan perluasan diri kita masing-masing, atau dengan teknologi baru. Secara otomatis contohnya, pola baru pada hubungan manusia cenderung dapat menghilangkan pekerjaan. Itu adalah hasil negatif. Secara positif, dapat menciptakan peran bagi beberapa orang secara mendalam pada keterlibatan pekerjaan mereka dan asosiasi manusia. Memberikan kemampuan seseorang untuk memperluas diri sendiri dan mampu menggunakannya dengan baik. Banyak orang cenderung untuk mengatakan bahwa itu bukan mesin, tetapi apa yang dilakukan dengan mesin itu, itulah arti atau pesannya. Dalam hal cara mesin mengubah hubungan kita satu sama lain dan untuk diri kita sendiri, itu tidak berarti apakah itu sereal jagung atau mobil Cadillac. Restrukturisasi kerja manusia dan asosiasi dibentuk oleh teknik fragmentasi yang merupakan inti dari teknologi mesin. Inti dari keotomatisan teknologi adalah sebaliknya. Ini adalah integral dan desentralis secara mendalam, sama seperti mesin itu fragmentaris, sentralis, dan dangkal dalam pola hubungan manusia.

Teori ini menjelaskan pengaruh media dalam menyebarkan informasi baik secara fisik maupun psikologis. Teori ini bermanfaat dalam memahami media apapun dan bagaimana media tersebut dapat bermanfaat dalam menyampaikan informasi.

2.2.2 Cybercognition

Sebuah kognisi pada perilaku manusia di dunia maya atau dunia *cyber*, yang dapat terjadi dalam dunia itu sendiri atau pada dunia nyata.

“*Cybercognition* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perilaku manusia kognitif di dunia maya, apakah itu melalui media digital, *smartphone*, komputer atau perangkat tablet.” (Hadlington et al., 2013).

Istilah ini dimaksudkan untuk mencakup topik yang memiliki dua level berbeda, dan mencoba menjembatani kesenjangan antara “apa yang dirasakan oleh seseorang” dengan apa “yang dipandang sebagai pengetahuan secara offline”.

Pertama istilah *cybercognition* digunakan untuk mengeksplorasi konsep kognisi di lingkungan digital online, dengan tujuan untuk memahami bagaimana mekanisme tersebut dikerahkan dalam lingkungannya. *Cybercognition* mencakup tentang bagaimana pengetahuan (kognisi) di dunia maya atau *cyber space* (online) diproduksi, disebarkan, dan diterima oleh audiens.

Kedua, ini juga bertujuan untuk merangkum kemungkinan bahwa terlibat dalam kegiatan ini dapat secara aktif mengubah cara kita menggunakan aspek-aspek tertentu dari kognisi, apakah ini dianggap negatif atau positif. Istilah ini mencakup eksplorasi semua bidang yang mendukung kognisi manusia di samping konteks lingkungan digital apapun, serta interaksi yang terkait dengan teknologi baru. Apa yang disajikan oleh konsep *cybercognition* adalah jumlah pengetahuan seseorang terkait dengan interaksinya dengan teknologi dan lingkup pengaruhnya terhadap kemampuan kognitif.

Cybercognition meliputi pula pembahasan tentang dampak pada seluruh elemen pembelajaran: ingatan, perhatian, pemecahan masalah dan pengambilan keputusan.

Efek penggunaan teknologi ini pada proses kognitif seharusnya tidak dilihat sebagai sepenuhnya negatif, banyak hal positif yang dapat dirasakan dengan teknologi canggih, menyediakan kapasitas bertujuan membangun untuk aspek-aspek seperti belajar, serta membantu mereka yang mengalami gangguan seperti kesulitan belajar atau demensia dan gangguan memori (Carrillo et al., 2009; DePompei et al., 2008; LoPresti et al., 2008; O'Neill et al., 2014).

2.2.3 Computer Mediated Communication

CMC adalah sebuah bentuk komunikasi baru yang dapat dikatakan menandai era perubahan teknologi dan sosial. Jika sebelumnya kita hanya mengenal bentuk komunikasi intrapersonal, interpersonal, kelompok dan juga komunikasi massa. Saat ini sudah menjadi hal yang jamak ketika orang berkomunikasi dengan orang yang lain menggunakan sarana komputer atau melalui *smartphone*. Sebuah bentuk komunikasi dapat dimasukkan ke dalam kategori CMC adalah ketika dua atau beberapa orang didalamnya hanya dapat saling berkomunikasi atau bertukar informasi melalui komputer yang termasuk ke dalam teknologi komunikasi baru.

Mengirim dan menerima email (surat elektronik), menggunakan *smartphone*, atau bahkan mengunduh atau mengunggah lagu, gambar, ataupun video juga bisa dikategorikan sebagai CMC. Jika hendak dibedakan dengan bentuk komunikasi massa yang asumsinya sama-sama menggunakan media, CMC digunakan utamanya untuk interaksi sosial (Pratiwi, 2014).

“Karena CMC menjangkau kegunaan dari interpersonal ke komunikasi massa dan mengubah fungsi tradisional komunikasi massa. Selain empat fungsi tradisional media massa: informasi, penjelasan, hiburan, dan transmisi budaya, CMC digunakan terutama untuk interaksi sosial” (Baldwin, Perry dan Moffit, 2004).

2.3 Operasionalisasi Konsep

2.3.1 Akses

Konsep akses dalam penelitian ini yaitu di mana seseorang melakukan tindakan membuka dan menelusuri internet di dalam dunia maya atau *cyberspace*. Akses yang dilakukan dapat terjadi di media sosial, sebuah situs, atau *messenger app* selama terhubung dengan internet.

Seseorang dapat dikatakan “mengakses” apabila tindakan itu dilakukan oleh dirinya sendiri. Karena pengertian akses adalah di mana keterlibatan diri sendiri dengan internet di dalam *cyberspace* mulai dari membuka, mengetik pada *search engine* sampai dengan membaca atau melihat isi konten.

Akses juga dapat dikatakan sebagai izin yang diizinkan untuk entitas tertentu, atau bisa diartikan izin untuk masuk. Itulah mengapa ada hak istimewa dalam beberapa hal di dunia maya seperti yang diketahui sebagai *login*. Ketika seseorang perlu untuk menulis *user* dan *password* yang dibutuhkan.

2.3.1.1 Website

Website adalah kumpulan halaman *web* yang saling terhubung dan file-filenya saling terkait. *Web* terdiri dari *page* atau halaman, dan kumpulan halaman yang dinamakan *homepage*. *Homepage* berada pada posisi teratas, dengan halaman-halaman terkait berada di bawahnya. Biasanya setiap halaman di bawah *homepage* disebut *child page*, yang berisi *hyperlink* ke halaman lain dalam *web* (Gregorius, 2000).

Secara sederhana *website* adalah media yang diakses dengan koneksi internet pada dunia maya. Apabila sebuah situs tersebut diakses, hal itu akan menghubungkan sebuah komputer ke komputer lain atau yang disebut sebagai *server*.

2.3.1.2 Tomgalle.com

Tomgalle.com adalah sebuah situs yang menjadi objek penelitian. Di dalam *website* tersebut berisi mengenai sebuah seni fotografi yang memberikan pesan mengenai hubungan manusia dengan teknologi. Situs tersebut dibuat oleh seorang seniman asal New York City, Amerika Serikat.

Seniman itu bernama Tom Galle. Tom Galle adalah artis yang menggunakan konsep surreal yang terinspirasi oleh budaya internet. Seni konseptualnya terus mengikuti perkembangan internet saat ini. Hasilnya adalah konten yang dikemas dengan meme. Bahasa visual Tom paling dikenal karena kesederhanaannya, absurdisme, dan sarkasme. Tema yang disajikan mengenai aspek meme-budaya, keintiman digital, ketergantungan internet, branding kontemporer / perusahaan, dan banyak lagi.

2.3.3 Adiksi Gadget

Gadget adalah perangkat yang sekarang menjadi kebutuhan utama bagi setiap manusia. *Gadget* adalah salah satu penemuan yang cepat dipahami dan diterima bagi manusia dibandingkan dengan penemuan yang lain. Dengan hal itu, *gadget* akan selalu ditambah kemampuannya karena penggunaan yang dilakukan manusia selalu meningkat di setiap tahunnya.

Gadget menurut Griffiths (Essau, 2008) menyatakan bahwa kecanduan merupakan aspek perilaku yang kompulsif, adanya ketergantungan, dan kurangnya kontrol. Kata kecanduan (adiksi) biasanya digunakan dalam konteks klinis dan diperhalus dengan perilaku berlebihan (*excessive*). Konsep kecanduan dapat diterapkan pada perilaku secara luas, termasuk kecanduan teknologi komunikasi informasi (ICT) (Yuwanto, 2010).

Armayanti (2013) mengatakan bahwa hubungan antara penggunaan *gadget* terhadap empati yaitu salah satu faktor yang mempengaruhi perubahan sosial budaya adalah penemuan-penemuan ide baru, teknologi baru yang terjadi didalam masyarakat. Hal ini tidak hanya membawa dampak positif namun membawa dampak negatif bagi kehidupan manusia diantaranya adalah mengurangi sifat sosial manusia karena cenderung lebih gemar berhubungan melalui internet daripada bertemu secara langsung dan juga mengakibatkan adiksi berlebih.

Menurut Young (1999) adiksi *gadget* adalah :

1. Merasa sibuk dengan *gadget*.
2. Merasa membutuhkan menggunakan internet dengan meningkatkan jumlah waktu untuk mencapai kepuasan.
3. Berulang kali melakukan upaya untuk mengontrol.
4. Mengurangi, atau menghentikan penggunaan *gadget* namun selalu gagal.
5. Merasa gelisah, murung, depresi, atau marah ketika mencoba untuk mengurangi atau menghentikan penggunaan *gadget*.
6. Bermain *gadget* lebih lama daripada yang direncanakan.

2.3.4 Nomophobia

No mobile phone phobia atau disebut *nomophobia* adalah sebutan bagi pengguna *smartphone* atau perangkat tablet jika benda tersebut tidak ada di sekitar mereka. *Nomophobia* memiliki empat aspek yaitu, ketidakmampuan berkomunikasi, kehilangan koneksi, ketidakmampuan dalam mengakses informasi, dan kenyamanan yang diberikan oleh *smartphone* (Yildirim, 2014).

1. Ketidakmampuan Berkomunikasi

Aspek ini berhubungan dengan adanya perasaan kehilangan, ketika secara tiba-tiba terputus komunikasi dengan orang lain atau tidak dapat menggunakan layanan pada *smartphone* disaat membutuhkan komunikasi.

2. Kehilangan Koneksi

Aspek kedua ini, berhubungan dengan perasaan kehilangan koneksi ketika tidak dapat terhubung dengan layanan pada *smartphone* dan tidak dapat terhubung pada identitas sosial khususnya di media sosial.

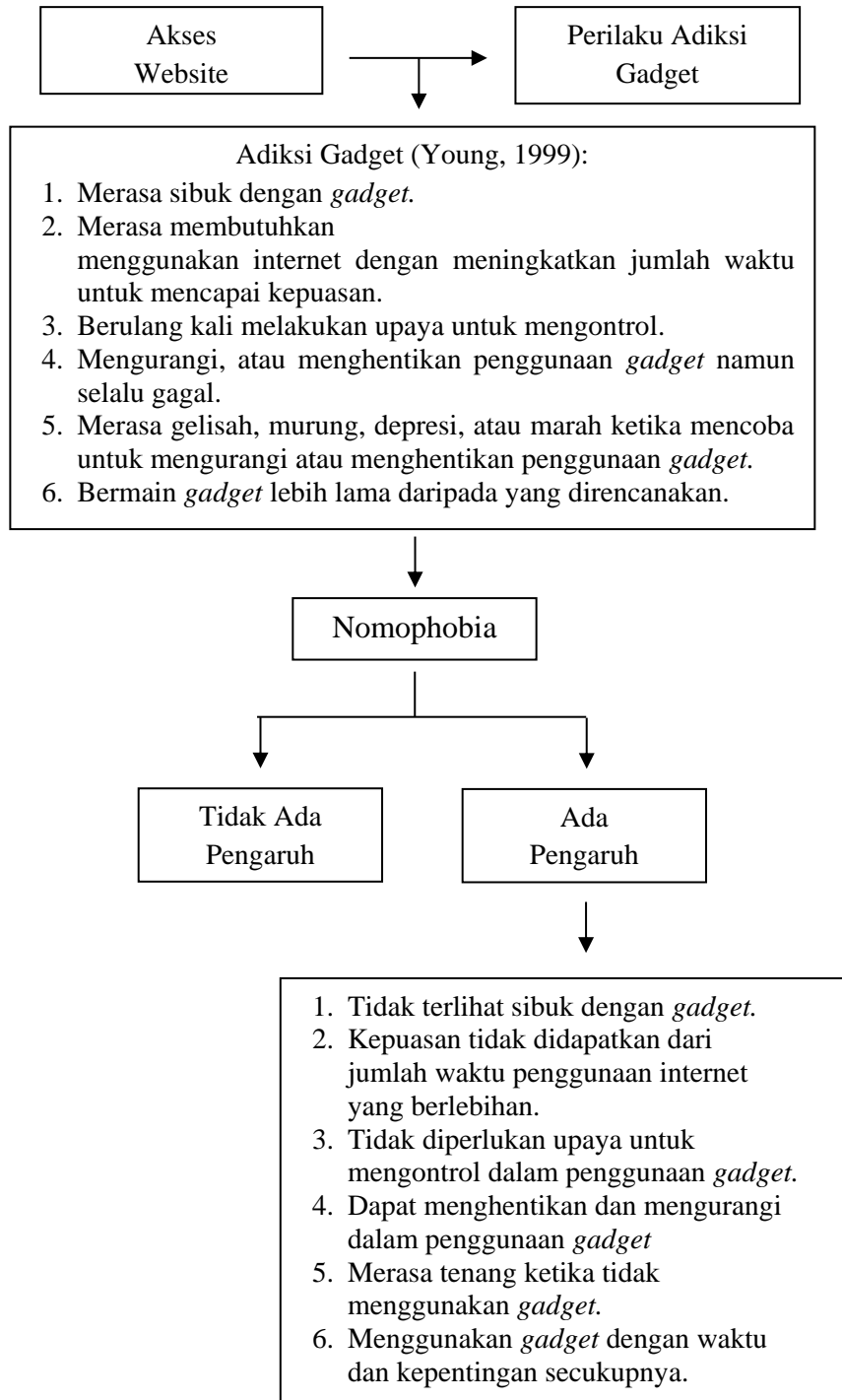
3. Ketidakmampuan Dalam Mengakses Informasi

Aspek ini menggambarkan perasaan ketidaknyamanan ketika tidak dapat mengambil atau mencari informasi melalui *smartphone*. Hal tersebut dikarenakan, *smartphone* menyediakan kemudahan dalam mengakses informasi. Seseorang juga merasakan dampaknya, semua informasi disebar melalui media sosial. Ketika *smartphone* tidak dapat digunakan maka aliran informasi yang diterima orang tersebut juga terganggu. Hal tersebut dapat membuat sebagian orang menjadi panik atau cemas.

4. Kenyamanan Yang Diberikan Oleh *Smartphone*

Aspek terakhir berhubungan dengan perasaan nyaman saat menggunakan *smartphone* dan keinginan untuk memanfaatkan kenyamanan dalam *smartphone* tersebut. Ketika semua bisa dilakukan hanya dengan menatap layar ponsel, maka hal tersebut membuat hidup terasa lebih mudah.

2.3 Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah “Adanya pengaruh dari media dan seni pada situs *tomgalle.com* terhadap *nomophobia*”.

H0: Tidak ada pengaruh setelah mengakses *website tomgalle.com* terhadap perilaku adiksi *gadget* pada *nomophobia*.

H1: Ada pengaruh setelah mengakses *website tomgalle.com* terhadap perilaku adiksi *gadget* pada *nomophobia*.