



UNIVERSITAS INDONESIA

**PEMAKNAAN KHALAYAK GOLONGAN BAWAH
PENGGUNA BLACKBERRY TERHADAP
*BROADCAST MESSAGE (BM)***

SKRIPSI

NISA SAKINA

0906613576

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM SARJANA EKSTENSI
DEPOK
JANUARI 2012**



UNIVERSITAS INDONESIA

**PEMAKNAAN KHALAYAK GOLONGAN BAWAH
PENGGUNA BLACKBERRY TERHADAP
*BROADCAST MESSAGE (BM)***

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Sosial**

NISA SAKINA

0906613576

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KEKHUSUSAN KOMUNIKASI MASSA
DEPOK
JANUARI 2012**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Nisa Sakina

NPM : 0906613576

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nisa Sakina', is written over a light blue rectangular stamp. The signature is fluid and cursive.

Tanggal : 27 Desember 2011

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

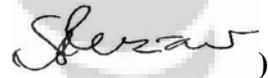
Skripsi ini diajukan oleh

Nama : Nisa Sakina
NPM : 0906613576
Program Studi : Komunikasi Massa
Judul Skripsi : Pemaknaan Khalayak Golongan Bawah Pengguna
Blackberry Terhadap *Broadcast Message* (BM)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial pada Program Studi Komunikasi Massa, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si



Penguji Ahli : Prof. Dr. Harsono Suwardi, MA



Ketua Sidang : Drs. H. Harun Sanif



Sekretaris Sidang : Kinkin Yuliaty Subarsa P. S.Sos, M.Si



Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 5 Januari 2012

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan, akhirnya skripsi ini bisa diselesaikan tepat pada waktunya. Saya bersyukur kepada Tuhan Yesus yang membimbing dan menguatkan saya, juga kepada berbagai pihak yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dra. Askariani B. Hidayat, M.Si, selaku Pembimbing sekaligus Ketua Program Ekstensi Departemen Ilmu Komunikasi, atas kesediaan dan kesabarannya dalam membimbing. Semangat dan perhatian *mba* mampu membangkitkan motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Harsono Suwardi, MA, selaku penguji ahli, Drs. H. Harun Sanif selaku ketua sidang, dan Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, M.Si, selaku sekretaris sidang. Terima kasih atas masukan yang diberikan selama sidang skripsi.
3. Kedua orang tua, mama dan papa tercinta kakakku, Rizky Amijaya dan adikku Nadila Zikrina, Hanggodo Pamungkas serta seluruh keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dan doa.
4. Dra. Martini Mangkoedipoero, M.Si, selaku Sekretaris Program dan semua staff Program Ekstensi Komunikasi Massa yang telah membantu.
5. Teman-teman Ekstensi Komunikasi Massa 2009 khususnya penyetaraan 36, terima kasih atas kebersamaan kita selama ini. Teman dan sahabat: De Bubz, Laaummique, Pascasarjana Ilmu Manajemen FEUI. Terima kasih atas setiap pengertian, semangat dan dukungan yang diberikan. Sukacita besar bisa berkumpul bersama kalian.

Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat untuk pengembangan ilmu.

Depok, 13 Januari 2012

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nisa Sakina
NPM : 0906613576
Program Studi : Komunikasi Massa
Departemen : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul

Pemaknaan Khalayak Golongan Bawah Pengguna Blackberry Terhadap Broadcast Message (BM)

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 5 Januari 2012

Yang menyatakan,



(Nisa Sakina)

ABSTRAK

Nama : Nisa Sakina
Program Studi : Komunikasi Massa
Judul : Pemaknaan Khalayak Golongan Bawah Pengguna Blackberry Terhadap *Broadcast Message* (BM)

Penggunaan Blackberry di Indonesia banyak tidak diiringi media literasi yang tinggi, berakibat informasi yang diterima tidak diserap. Hal ini berdampak pada kesimpangsiuran isu yang menyebabkan ketidakpastian informasi tinggi dan dapat menimbulkan kecemasan terutama pada fasilitas *broadcast message* (BM).

Tujuan dilakukan penelitian ini untuk mengetahui pemaknaan *broadcast message* (BM) bagi khalayak golongan bawah pengguna Blackberry. Penelitian ini menggunakan paradigma kritis, pendekatan kualitatif, strategi *social constructivism*, dan menggunakan model analisis pemaknaan khalayak, Stuart Hall.

Hasil penelitian menemukan bahwa ketiga informan dengan latar belakang pendidikan rendah memaknai konten *broadcast message* dengan *negotiated reading*, artinya mereka tidak sepenuhnya percaya pada *broadcast message*. Untuk isu-isu tertentu mereka termasuk dalam kategori *negotiated reading*, artinya mereka baru percaya setelah terlebih dahulu melakukan konfirmasi dengan orang yang mereka anggap lebih menguasai materi dan memiliki latar belakang pendidikan tinggi

Kata kunci: pemaknaan khalayak, rumor, broadcast message, computer mediated communication

ABSTRACT

Name : Nisa Sakina
Program : Mass Communication
Title : Reception Analysis of a Broadcast Message (BM) For
Lower Class of Blackberry Users

In Indonesia, many of Blackberry's using is not accompanied by the highly of media literacy that can cause the information received is not well absorbed. It may lead to blurred issue which may effect unclear highly information and can cause anxiety, especially in broadcast message (BM) feature.

The aim in making this research is to know the reception analysis of broadcast message (BM) for lower class people of Blackberry users. This research uses critical paradigm, qualitative approach, social constructivism strategy and Stuart Hall's analysis model, the definition of audiences.

The result of this research found that the three informants with lower educational background define the broadcast message feature with negotiated reading. It means they do not fully accept the broadcast message they received. They can be categorized as negotiated readings in certain issues. It means they will accept the message after asking for further confirmation from people they may think know better about the issues and have higher educational background.

Keyword : reception analysis, rumor, broadcast message, computer mediated communication

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Permasalahan	4
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN	8
2.1 Computer Mediated Communication.....	8
2.2 Teori Pemaknaan Khalayak	11
2.2.1 Cultural Studies dalam Pengaruhnya terhadap Reception Analysis	11
2.2.2 Reception Analysis	13
2.2.3 Proses Encoding/Decoding Audience Stuart Hall	14
2.3 Teori Informasi	16
2.4 <i>Rumor</i> (Desas-desus)	17
2.4.1 Rumor vs News.....	18
2.4.2 Rumor vs Gossip.....	19
2.4.3 Jenis Rumor	20
2.5 Other's Image of You	21
2.6 Fungsi dan Disfungsi Media	22
2.7 Dimensi Stratifikasi	22
2.8 Asumsi Teoritis	22
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	23
3.1 Paradigma Penelitian	23
3.2 Pendekatan penelitian	24
3.3 Sifat Penelitian	25
3.4. Strategi Penelitian	26
3.5 Unit Analisis	26
3.6 Alasan Pemilihan Analisis	26
3.7 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.7.1 Data Primer	27
3.7.2 Data Sekunder	28
3.8 Proses Analisis Data	28

3.9	Keabsahan Penelitian	29
3.10	Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian.....	30
3.10.1	Keterbatasan.....	30
3.10.2	Kelemahan	30
BAB 4	PROFIL BLACKBERRY	31
4.1	Deskripsi Blackberry	31
4.2	Produk Unggulan Blackberry	31
4.3	Perangkat Lunak	33
4.4	Manfaat Blackberry Dalam Komunikasi	34
BAB 5	ANALISIS HASIL PENELITIAN	36
5.1	Informan 1 : IN, Perempuan (Pembantu Rumah Tangga Pribumi)	36
5.1.1	Latar Belakang Informan	36
5.1.2	Pendapat Informan Tentang Pengertian <i>Broadcast Message</i>	38
5.1.3	Pandangan/pemaknaan informan terhadap isi pesan di <i>broadcast message</i> yang dapat menimbulkan kecemasan dan kebingungan.....	38
5.1.4	Sikap Informan Dalam Menanggapi dan Merespon Isi <i>Broadcast Message</i> yang Dapat Menimbulkan Kecemasan dan Kebingungan	45
5.1.5	Manfaat dan Kerugian Memiliki Blackberry Bagi Informan	49
5.2	Informan 2 : MRN, Perempuan (Asisten Rumah Tangga <i>Expatriat</i>)	51
5.2.1	Latar Belakang Informan	51
5.2.2	Pendapat Informan Tentang Pengertian <i>Broadcast Message</i>	53
5.2.3	Pandangan/Pemaknaan Informan Terhadap Isi Pesan di <i>Broadcast Message</i> yang Dapat Menimbulkan Kecemasan dan Kebingungan	54
5.2.4	Sikap Informan Dalam Menanggapi dan Merespon Isi <i>Broadcast Message</i> yang Dapat Menimbulkan Kecemasan dan Kebingungan	60
5.2.5	Manfaat dan Kerugian Memiliki Blackberry Bagi Informan	64
5.3	Informan 3 : MM, Perempuan (Pedagang Sayur Keliling)	66
5.3.1	Latar Belakang Informan	67
5.3.3	Pandangan/Pemaknaan Informan Terhadap Isi Pesan di <i>Broadcast Message</i> yang Dapat Menimbulkan Kecemasan dan Kebingungan	69
5.3.4	Sikap Informan Dalam Menanggapi dan Merespon Isi <i>Broadcast Message</i> yang Dapat Menimbulkan Kecemasan dan Kebingungan	73
5.3.5	Manfaat dan Kerugian Memiliki Blackberry Bagi Informan.....	75
BAB 6	DISKUSI HASIL PENELITIAN.....	79
BAB 7	PENUTUP.....	84
7.1	Kesimpulan	84
7.2	Implikasi Penelitian	85
7.2.1	Implikasi Akademis	85
7.2.2	Implikasi Praktis	85

7.3	Rekomendasi Penelitian.....	86
7.3.1	Rekomendasi Akademis.....	86
7.3.2	Rekomendasi Praktis.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....		87
LAMPIRAN 1.....		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN 2.....		xiv
LAMPIRAN 3.....		xli



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini teknologi komunikasi berkembang sangat cepat. Adanya teknologi komunikasi itu memang membahagiakan banyak orang. Fasilitas komunikasi yang tersedia saat ini membuat orang dapat mengakses informasi yang diinginkan lebih cepat daripada komunikasi konvensional. Hal ini juga membuat seseorang dengan bebas dapat mengakses segala macam informasi, baik yang positif maupun negatif.

Keadaan yang tidak dapat dipungkiri adalah bahwa saat ini media massa tidak hanya menjadi pilar kekuatan keempat (*the fourth of power*) pada sebuah negara, tetapi juga dapat menjadi lokomotif perubahan yang penting. Fenomena ini semakin mendapatkan legitimasi, terutama pasca-revolusi teknologi komunikasi dan informasi (*information and communication technology-ICT*). Dalam waktu cepat, media massa telah mengubah pola kehidupan masyarakat yang terlihat signifikan (Hendratno, 2005:159).

Kebebasan dalam mengakses informasi ini dapat menyebabkan disfungsi. Disfungsinya adalah dengan banyaknya informasi yang diterima membuat seseorang menjadi bingung informasi seperti apa yang dapat dipercaya dan yang tidak karena sudah bercampur aduknya informasi yang didapat.

Perkembangan teknologi komunikasi dalam mencari dan mendapat informasi saat ini lebih banyak menggunakan sebuah media baru, yaitu internet. Jika berbicara tentang internet, maka hal ini berhubungan dengan *Computer Mediated Communication* (CMC) karena sudah ada sejak komputer elektronik digital pertama kali ditemukan (pada Perang Dunia II) (Thurlow. 2004:14). Sebenarnya apakah yang dimaksud dengan CMC?.

Menurut Gerry Santoro (1995), *CMC can encompass virtually all computer uses including such diverse applications as statistical analysis*

programs, remote-sensing systems, and financial modelling programs, all fit within the concept of human communication. CMC dapat mencakup penggunaan keseluruhan media elektronik seperti berbagai macam aplikasi sebagai program komputer analisis, sistem penginderaan jauh, dan program model finansial, semua yang ada pada konsep komunikasi manusia (Thurlow, 2004:15).

John December (1997) mengatakan bahwa CMC adalah proses komunikasi manusia melalui media elektronik, melibatkan seseorang, disituasikan dalam konteks nyata, menarik dalam proses membentuk media untuk berbagai tujuan. Susan Herring mengatakan bahwa CMC adalah komunikasi yang berada di antara manusia melalui perantara komputer (Thurlow, 2004:15).

Media yang berkaitan dengan CMC pada penelitian ini dan berperan sebagai komputer adalah sebuah perangkat selular yang disebut Blackberry (BB). Perangkat ini memiliki kemampuan nirkabel, seperti dapat mengakses e-mail, internet, telepon, sms, *messenger* (Blackberry Messenger), *broadcast message* dan layanan canggih lainnya sehingga Blackberry disebut juga *smartphone*.

Blackberry pertama kali hadir pada tahun 1997 dan pada pertengahan Desember 2004, BB pertama kali diperkenalkan di Indonesia yang dibawa oleh Indosat. Blackberry memang teknologi yang sangat fenomenal. *Revenue* di kuartal 1 (Q1) tahun fiskal 2011 yang berakhir 29 Mei 2010, Research in Motion (RIM) menargetkan US\$4,25 – US\$ 4,45 miliar.

RIM berhasil menambah 4,9 juta pelanggan Blackberry selama kuartal 4 (Q4) tahun fiskal 2010 dan sampai akhir Q4 ini jumlah pelanggan Blackberry mencapai 41 juta di seluruh dunia. Dari total jumlah pelanggan tersebut, 38 % di antaranya merupakan pelanggan pasar internasional atau berada di luar pasar Amerika bagian Utara (<http://www.detikinet.com/read/2010/04/05/134859/1332185/328/pengguna-blackberry-tembus-41-juta>).

Smartphone milik RIM tersebut sudah menjadi gaya hidup dan menjadi tren tersendiri di negeri ini. Sudah lebih dari 100 juta perangkat Blackberry yang terjual di seluruh dunia, termasuk Indonesia (<http://bbpin.info/news/sejarah-blackberry-di-indonesia.html>).

Dilihat dari perkembangan jumlah pelanggan di Indonesia saat ini, layanan BlackBerry mendulang hasil yang positif dengan adanya peningkatan pelanggan dari beberapa operator yang berkisar 100 ribu hingga 500 ribu selama kuartal 3 di tahun ini, dapat dikatakan bahwa Indonesia merupakan target pasar pengguna yang sangat potensial untuk memperoleh keuntungan (<http://www.teknojurnal.com/2011/09/20/pertumbuhan-pelanggan-blackberry-di-indonesia-pada-tahun-2011/>).

Saat ini RIM mencatat sudah ada kurang lebihnya 46 juta pelanggan BlackBerry secara global. Disinyalir bahwa 20 juta nya adalah pemakai BlackBerry Mesenger atau biasa di singkat BBM. Selain BBM, pengguna juga sering menggunakan fasilitas *Broadcast Message* yang biasa dimanfaatkan oleh pengguna untuk menyebarkan berita atau informasi secara bersamaan ke seluruh pin BB yang ada di kontak BBM.

Tahun lalu jumlah pelanggan BlackBerry di Indonesia mencapai 2,63 juta dan tahun ini diperkirakan mencapai 4 juta, apalagi dibantu dengan meluncurnya produk-produk BlackBerry baru di akhir dan awal tahun (<http://www.teknojurnal.com/2011/09/20/pertumbuhan-pelanggan-blackberry-diindonesia-pada-tahun-2011/>).

Dengan banyaknya pengguna BB di Indonesia dan mungkin karena harga yang semakin lama semakin murah dan orang mampu membeli, tetapi ketika penggunaannya tidak diiringi dengan media literasi yang tinggi, akan berakibat informasi yang diterima akan langsung ditelan tanpa diserap lagi.

Hal ini akan memberikan dampak pada individu karena ada kesimpangsiuran isu yang tidak jelas sehingga menyebabkan ketidakpastian terhadap informasi menjadi tinggi dan yang lebih parah adalah jika dapat menimbulkan kecemasan pada masyarakat terutama pada fasilitas *Broadcast Message*.

1.2 Permasalahan

Blackberry yang sering disebut *smartphone* sebagai bukti perkembangan teknologi komunikasi tidak dapat dipungkiri lagi telah menghiasi dan menambah variasi bagaimana seorang individu berkomunikasi dengan orang lain. Penelitian tentang teknologi komunikasi harus menguji bagaimana arah dan aplikasi dari teknologi media mengkonstruksi secara sosial (Croteau & Hoynes, 1997: 261).

Menurut Rogers, teknologi komunikasi adalah peralatan perangkat keras dalam sebuah struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi dengan individu-individu lain (Abrar, 2003). Salah satu nilai sosial adalah Blackberry sebagai media sosial.

Smartphone yang awalnya diciptakan untuk para pekerja di sebuah perusahaan dalam mendukung komunikasi dan urusan pekerjaan internal perusahaan, saat ini lebih berkembang sebagai media yang digunakan untuk berinteraksi dengan seseorang atau pun kelompok selain urusan pekerjaan.

Dilihat dari pelanggan BlackBerry di Indonesia mencapai 2,63 juta dan tahun ini dan harga yang semakin lama semakin murah sehingga orang mampu membeli, tetapi ketika penggunaannya itu tidak diiringi dengan media literasi yang tinggi, akan berakibat informasi yang diterima akan langsung ditelan tanpa diserap lagi. Sedangkan informasi itu identik dengan ketidakpastian yang tinggi, artinya makin tinggi ketidakpastian seseorang, makin besar informasi yang dibutuhkan.

Menurut Stephen W. Little John dalam bukunya yang berjudul *Theories of Human Communication 6th Edition* (1999), informasi adalah sebuah pengukuran ketidakpastian atau entropi pada sebuah situasi. Semakin tinggi tingkat ketidakpastian, maka semakin banyak informasi yang dibutuhkan (Littlejohn, 1999: 46).

Sebuah pesan yang diterima oleh seorang individu belum tentu merupakan sebuah informasi bagi seseorang. Jika pesan yang diterima itu tingkat kepastiannya tinggi, untuk sebagian orang yang berlatar belakang pendidikan tinggi mungkin mereka akan mencari tahu dari sumber-sumber lain tentang

informasi tadi. Berbeda dengan sebagian orang yang berlatar belakang pendidikan rendah dan tidak menguasai teknologi, mereka mungkin akan langsung menerima atau menyerap seluruh informasi yang didapat tanpa mencari tahu ke sumber-sumber lain tentang kebenaran informasi tersebut.

Blackberry memiliki fasilitas atau *feature* pengiriman pesan dan penyebaran informasi yang berbeda dengan telepon seluler lainnya. Fasilitas ini disebut *Blackberry Messenger* (BBM) dan *Broadcast Message* (BM). Dalam hal ini, yang menjadi fokus utama adalah pengiriman pesan dan penyebaran informasi melalui *feature Broadcast Message* (BM).

Seperti yang sudah disinyalir bahwa 20 dari 46 juta pelanggan BB menggunakan fasilitas BBM dan BM (<http://www.teknajurnal.com/2011/09/20/pertumbuhan-pelanggan-blackberry-diindonesia-pada-tahun-2011/>). Dalam penelitian ini, *Broadcast Message* (BM) yang akan dibahas sebagai fasilitas penyebaran informasi. Informasi yang disebarkan di BM ini biasanya adalah berita positif dan negatif bagi seseorang atau sekelompok orang. Tidak menutup kemungkinan bahwa informasi yang tersebar itu juga dapat menimbulkan kecemasan bagi seseorang, dalam hal ini adalah masyarakat kelas bawah

Broadcast Message yang mengandung konten positif seperti berita tentang lowongan pekerjaan, tips mencegah sebuah penyakit, operasi massal gratis, acara donor darah, dan berita atau informasi lain yang bermanfaat bagi masyarakat. Selain konten positif, tak dapat dipungkiri bahwa konten berita negatif pun sering tersebar melalui *Broadcast Message*, seperti isu tentang akan adanya demonstrasi atau unjuk rasa, maraknya penculikkan dan pemerkosaan, informasi yang membingungkan mengenai pengiriman SMS untuk mendukung Komodo di New 7 Wonders, adanya nomor seluler GSM yang sudah memakan korban, dan berita negatif lain yang dapat menimbulkan kebingungan bahkan kecemasan bagi masyarakat.

Informasi positif maupun negatif tersebut dapat disikapi dengan respon berbeda-beda dari masyarakat. Respon yang akan timbul dari masyarakat ini dipengaruhi oleh *media literacy* seseorang. *Media literacy* atau melek media ini dipengaruhi oleh tingkat pendidikan seseorang. jika tingkat pendidikan orang itu

tinggi dengan pengetahuan yang luas, mereka akan mencari tahu kebenaran dan keakuratan informasi baik positif maupun negatif dari sumber-sumber lain.

Hal ini mungkin akan menimbulkan respon berbeda bagi masyarakat dengan tingkat pendidikan rendah, terutama pada masyarakat kelas bawah. Ketika menerima informasi mereka tidak mencari tahu kebenaran dan keakuratan dari sumber-sumber informasi lain. Untuk informasi yang positif, ini tidak akan menjadi masalah, lain halnya dengan informasi negative yang belum tentu benar dan akurat sehingga dapat menimbulkan kebingungan dan kecemasan.

Hal ini akan memberikan dampak pada individu karena ada pemaknaan tersendiri bagi tiap individu mengenai isu-isu yang tidak jelas sehingga menyebabkan ketidakpastian terhadap informasi menjadi tinggi. dari hal tersebut, maka permasalahan yang ada dalam penelitian ini adalah *bagaimana pemaknaan Broadcast Message (BM) bagi khalayak pengguna Blackberry golongan bawah?*

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang muncul dalam penelitian ini, maka tujuan dilakukannya penelitian ini untuk mengetahui pemaknaan *Broadcast Message (BM)* bagi khalayak pengguna Blackberry golongan bawah.

1.4 Manfaat Penelitian

A. Manfaat Akademis

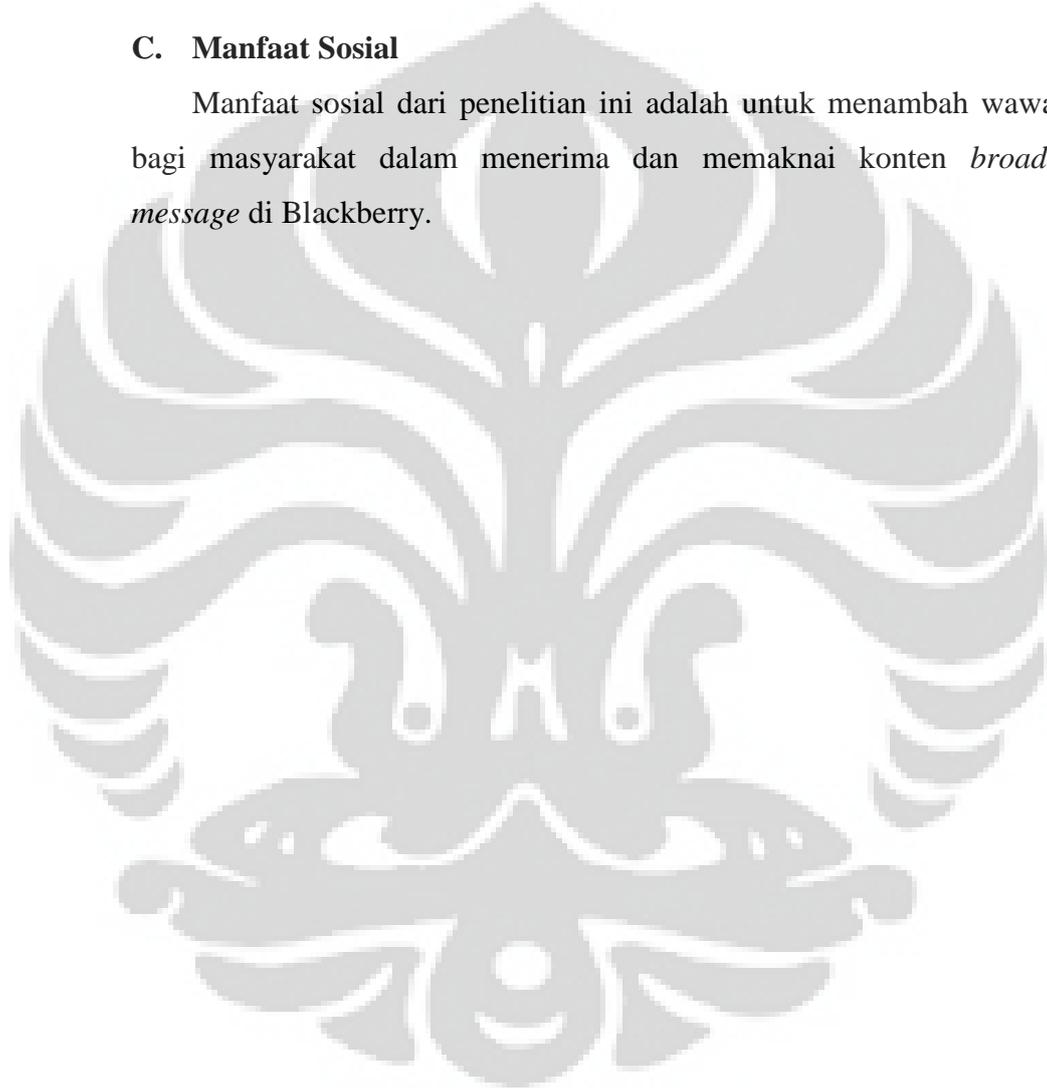
Manfaat akademis dari penelitian ini yaitu untuk menambah kajian akademis khususnya mengenai teori pemaknaan khalayak, Stuart Hall terhadap *Broadcast Message* di Blackberry yang kini mulai menjamur seiring dengan kemajuan dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi.

B. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ialah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana khalayak memaknai suatu berita melalui *Broadcast Message* di Blackberry yang isinya berkaitan dengan pemberitaan yang belum pasti kebenarannya

C. Manfaat Sosial

Manfaat sosial dari penelitian ini adalah untuk menambah wawasan bagi masyarakat dalam menerima dan memaknai konten *broadcast message* di Blackberry.



BAB 2

KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Computer Mediated Communication

Computer Mediated Communication (CMC) yang artinya adalah komputer memediasi komunikasi merupakan teori komunikasi tentang komunikasi yang berada antara dua orang dengan menggunakan komputer. CMC juga dapat berarti pencapaian komunikasi antara manusia dengan bantuan teknologi komputer. John December (1997) mengatakan bahwa CMC adalah proses komunikasi manusia melalui media elektronik, melibatkan seseorang, disituasikan dalam konteks nyata, menarik dalam proses membentuk media untuk berbagai tujuan. Selain itu, kita dapat menggunakan pernyataan Susan Herning bahwa CMC adalah komunikasi yang berada di antara manusia melalui instrumen komputer (Thurlow, 2004:15).

Berdasarkan pengertian CMC di atas, maka partisipan CMC melakukan komunikasi dengan orang lain menggunakan komputer. Tahun 1960 internet muncul dan terus berkembang sampai saat ini. Pada jaringan komputer dan internet ini terdapat berbagai macam aplikasi yang dapat digunakan oleh seseorang untuk berkomunikasi dengan orang lain. Oleh karena itu, internet menjadi alat yang tepat untuk melakukan CMC.

CMC tidak hanya pada komputer dan jaringan internet saja, tetapi di dalam komputer tersebut harus terdapat program tertentu yang digunakan seseorang untuk berkomunikasi dengan orang lain, seperti *e-mail*, *Mailing List*, *Yahpp Messenger*, *Facebook*, dan *Twitter*. Walaupun CMC telah didefinisikan sebagai aplikasi dan dampak dari computer dan teknologi digital yang luas, dalam prakteknya, CMC lebih fokus khususnya pada komunikasi interpersonal, melalui dan tentang internet dan *website*.

Dengan adanya internet dan program-program yang digunakan untuk berkomunikasi tersebut, maka CMC terus berkembang dengan berbagai bentuk yang bervariasi serta komunikasi pun terus berkembang semakin tanpa batas

karena pada prinsipnya internet yang juga disebut dunia maya tidak memiliki batas.

Seluruh kemudahan dan kecanggihan alat dengan komputerisasi telah memungkinkan interaksi dan komunikasi yang biasa dilakukan di dunia nyata juga terjadi di dunia maya. Menurut Sheizaf Rafaeli dan John E. Newhagen, ada lima ciri Computer Mediated Communication (CMC) atau istilah lain yang disebutkan Net-based Communication antara lain (<http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue4/rafaeli>) :

1. *Sensory appeal*

Terkait dengan multimedia, di mana teks, suara, gambar, animasi, video, *virtual reality motion codes*, bahkan bau juga dapat dikomunikasikan melalui internet untuk dapat diterima oleh komunikan lain.

2. *Packet switching*

Packet switching lebih kepada inovasi yang telah memungkinkan terjadinya interaktivitas tercapai secara teknologi yang memediasi komunikasi. Adanya teknologi yang menjadi medium dalam melakukan komunikasi maka sangat mungkin untuk mampu menangkap dan bahkan menegaskan interaktivitas kepada antar individu atau kelompok yang menjadi partisipan.

3. *Interactivity*

Dengan interaktivitas, perluasan di mana komunikasi menjadi cerminan bagi wacana yang terkandung dalam komunikasi itu komunikasinya saling merespon. Komunikasi melalui internet memberikan kesempatan untuk bisa melakukan interaktivitas. Interaktivitas menjadi daya tarik bagi kesuksesan dan kegagalan website karena kaitannya dengan ketergantungan pada grup yang selalu menggunakan komputer untuk memedia individu tersebut dalam komunikasi dengan individulain yang tergabung dalam grup ini.

4. *Synchronicity*

Pesan yang ditujukan dari produsen pesan akan langsung diterima oleh penerima pesan di saat itu juga. Hal ini yang membuat computer memediasi komunikasi menjadi sebuah alat yang memudahkan dan mempercepat terjadinya umpan balik.

5. *Hypertextuality*

Komputer membuat komunikasi berjalan secara linear atau *hypertextualitas*. Di sini komunikasi menggunakan komputer sebagai mediumnya, mampu membuat sebuah pesan dalam *web* di internet dapat langsung mencapai orang-orang yang mengaksesnya.

Selain lima ciri di atas, CMC juga memiliki beberapa karakteristik, antara lain (Rogers, 1986:21) :

- a. Pesan yang diproduksi secara massal disalurkan secara massal pula. Khalayak yang berperan sebagai konsumen secara aktif juga dapat memproduksi pesan.
- b. CMC memungkinkan pihak yang memproduksi pesan mendapat pengetahuan tentang penerima-penerima pesan
- c. CMC menandai proses *de-massified*, merupakan sebuah pesan khusus dapat dikirim di antara individu yang berada dalam khalayak besar. Pola ini menunjukkan adanya perbedaan CMC dengan media massa. Proses ini menunjukkan bahwa control system komunikasi massa berpindah dari yang memproduksi pesan ke konsumen media.
- d. Interaktivitas adalah kualitas penting dalam sistem komunikasi, dimana perilaku komunikasi diharapkan dapat lebih akurat, efektif dan memuaskan karena partisipan secara aktif dapat terlibat dalam komunikasi.
- e. *Feedback* dalam CMC sifatnya terbatas karena tidak ada tanda komunikasi nonverbal seperti komunikasi yang dilakukan dengan tatap muka (intonasi, raut muka, atau bahasa tubuh). *Feedback* dapat disampaikan dengan cepat atau lambat tergantung pada media CMC yang digunakan.

- f. Media CMC menyediakan tanda-tanda komunikasi nonverbal yang erat dengan komunikasi tulisan, seperti bentuk, ukuran dan warna huruf.
- g. CMC bersifat *asynchronous*, yaitu memiliki kemampuan untuk mengirim dan menerima pesan pada waktu yang berbeda. Partisipan tidak perlu berada pada waktu yang sama. Pola komunikasi ini mengatasi masalah waktu yang sering menjadi penghambat proses komunikasi.
- h. Pengguna CMC memiliki kedudukan yang setara karena mempunyai kemampuan untuk memproduksi dan mengkonsumsi pesan sehingga kontrol terhadap alur komunikasi menjadi searah.
- i. Rendahnya privasi pengguna CMC

Di dunia nyata orang dapat berbicara langsung dengan menggunakan bahasa lisan, melihat secara langsung dan mengomentari serta mencium langsung bau yang dirasakannya. Adanya difusi inovasi, modifikasi komputer yang pada awalnya berupa internet yang hanya dapat diakses melalui internet saja, tetapi saat ini sudah bisa melalui alat-alat berukuran kecil seperti telepon genggam (*handphone*). Selain telepon genggam, *smart phone* seperti Blackberry dan Android juga merupakan alat-alat kecil untuk mengakses internet.

2.2 Teori Pemaknaan Khalayak

2.2.1 Cultural Studies dalam Pengaruhnya terhadap Reception Analysis

Salah satu aktivitas yang dilakukan oleh khalayak adalah menginterpretasi apa yang mereka terima dari media massa. Teori yang digunakan adalah Teori Pemaknaan atau *cultural studies* dalam pengaruhnya *reception theory*. *Cultural studies* adalah studi interdisipliner yang kajian-kajian dan metode-metode tertentu tergabung; kegunaan ketergabungan ini dapat membuat kita lebih memahami fenomena dan hubungannya yang tidak mungkin kita dapatkan melalui telaah perdisiplin yang ada saja. *Cultural studies* ini menyediakan anggapan bahwa studi dari proses budaya, terutama dalam budaya

massa, adalah penting, kompleks dan senantiasa saling berkaitan, baik secara teoritis maupun politis.

Dalam *cultural studies*, khalayak memiliki arti sangat penting. Baik media maupun khalayak memiliki kekuatan yang sama dan hubungan antara media dan khalayak inilah yang menghasilkan makna dan membentuk suatu budaya (Straubhaar & LaRose, 2002:56).

Arena untuk menolak atau menerima ideologi yang ditetapkan penguasa adalah budaya populer. Dalam penelitian Levine tentang budaya populer, khususnya teks, ia menemukan bahwa teks populer ternyata mengandung konteks ideologi. Hal ini terjadi karena konteks dipahami, diinterpretasikan, dan dimaknai oleh pembaca sesuai dengan konteksnya. Teks memberi celah bagi pembaca untuk mengisinya sehingga terjadi interaksi antara pembaca dan teks (Levine, 1992 dalam Arsyad, 2008:12).

Teori pemaknaan menyediakan cara-cara memahami teks media dengan memahami bagaimana teks tersebut dibaca oleh khalayaknya. Teori ini berpendapat bahwa teks media tidak memiliki makna di dalamnya. Hal ini sesuai dengan aksioma dalam ilmu komunikasi yaitu *word doesn't mean, people mean*. Makna tersebut berada di dalam khalayaknya. Sehingga makna dibentuk dari interaksi antara teks dengan khalayaknya tersebut. Jadi bisa dikatakan bahwa teks media yang ingin disampaikan oleh *source* tidak memiliki makna sebelum ada interaksi dan dimaknai oleh pembacanya.

Teori ini berdiri pada asumsi bahwa setiap khalayak mempunyai kemampuan untuk menginterpretasi berbagai hal yang mereka baca atau lihat di media massa. Makna dari suatu pesan tidak tetap dan dikonstruksikan oleh anggota-anggota khalayak. Konstruksi terjadi melalui tindakan rutin interpretasi terhadap teks. Tujuan utama *cultural studies* adalah mengekspos cara ideologi dari kelompok yang berkuasa secara sengaja diulangi dan juga bagaimana cara ideologi tersebut dapat ditolak (Littlejohn, 2002:216-218).

Satu poin penting yang ditekankan oleh teori ini adalah anggapannya bahwa faktor-faktor kontekstual ini termasuk identitas khalayak memaknai teks yang dibacanya. Faktor-faktor ini termasuk identitas khalayak seperti gender, ras,

tingkat pendidikan, dan lain-lain. Faktor kontekstual ini juga meliputi kondisi ketika khalayak membaca teks tersebut, asumsi dan nilai yang sudah dimiliki oleh khalayak sebelum membaca teks. (Hall, 1980)

2.2.2 Reception Analysis

Reception analysis adalah analisis yang lebih menekankan pada pandangan audiens dan bagaimana mereka dapat menghasilkan pemaknaan yang berbeda dengan apa yang ditawarkan di teks media. *Reception analysis* sering disamakan dengan terminologi studi mengenai penerimaan (*reception studies*), penerimaan khalayak (*audience receptions*) atau studi baru mengenai khalayak (*new audience research*). Studi mengenai resepsi khalayak ini lahir dari pergulatan dua pandangan, yaitu *what the media do to the people* dan *what people do with the media* (David Morley, AudienceResearch, dalam **Error! Hyperlink reference not valid.**research.htm, dalam Arsyad, 2008:13).

Makna pandangan pertama adalah apa yang akan dilakukan media kepada khalayak. Menurut pandangan ini, ada kekuatan teks (pesan) pada khalayak dan menekankan efek media itu sendiri. Pandangan kedua bermakna apa yang akan dilakukan khalayak terhadap media. Pandangan ini mengenai penggunaan media yang beragam pada khalayak yang berbeda dalam latar belakang dan konteks sosial penerimaan mereka akan menghasilkan hasil media yang berbeda pula.

Stuart Hall merupakan ilmuan CCCS di Birmingham yang merupakan penyumbang penerapan hipotesis *encoding-decoding* untuk tipe-tipe awal penelitian resepsi, sehingga tidak heran jika analisis resepsi ini termasuk dalam kajian *Cultural Studies*. Menurutnya, ada empat tahapan dalam komunikasi, yaitu produksi, sirkulasi, penggunaan (mencakup distribusi dan konsumsi), serta reproduksi yang tiap tahapannya otonom tetapi tetap saling berhubungan (During, 2000:507)

Reception analysis mulai diperkenalkan oleh Stuart Hall ketika menjelaskan proses *decoding*. Fokus analisis resepsi ini adalah bagaimana khalayak yang berbeda-beda memaknai isi media sehingga lebih mengambil

perspektif pada khalayak daripada media itu sendiri. Analisis ini juga melihat pengaruh kontekstual dalam penggunaan media dan interpretasi serta pemaknaan dari seluruh pengalaman khalayak (McQuail, 2001:502).

Bagian penting dari *reception* pada penelitian khalayak dapat disimpulkan seperti (Arsyad, 2008:15-16) :

- a. Teks media dibaca melalui persepsi khalayaknya, yang membentuk makna dan kesenangan dari teks media yang ditawarkan.
- b. Proses penggunaan media adalah inti objek tujuannya.
- c. Penggunaan media adalah secara tipikal di suatu situasi spesifik dan diorientasi pada tugas sosial yang melibatkan partisipan dalam komunitas interpretatif.
- d. Khalayak untuk media genre tertentu kadang terdiri dari komunitas interpretatif yang terpisah yang membagi bentuk sama dari *discourse* dan kerangka berpikir untuk membuat arti dari media.
- e. Khalayak tidak pernah pasif karena terkadang yang satu bisa lebih berpengalaman dari yang lain.
- f. Metode yang digunakan harus kualitatif dan mendalam, melihat isi, resepsi dan konteks secara bersamaan.

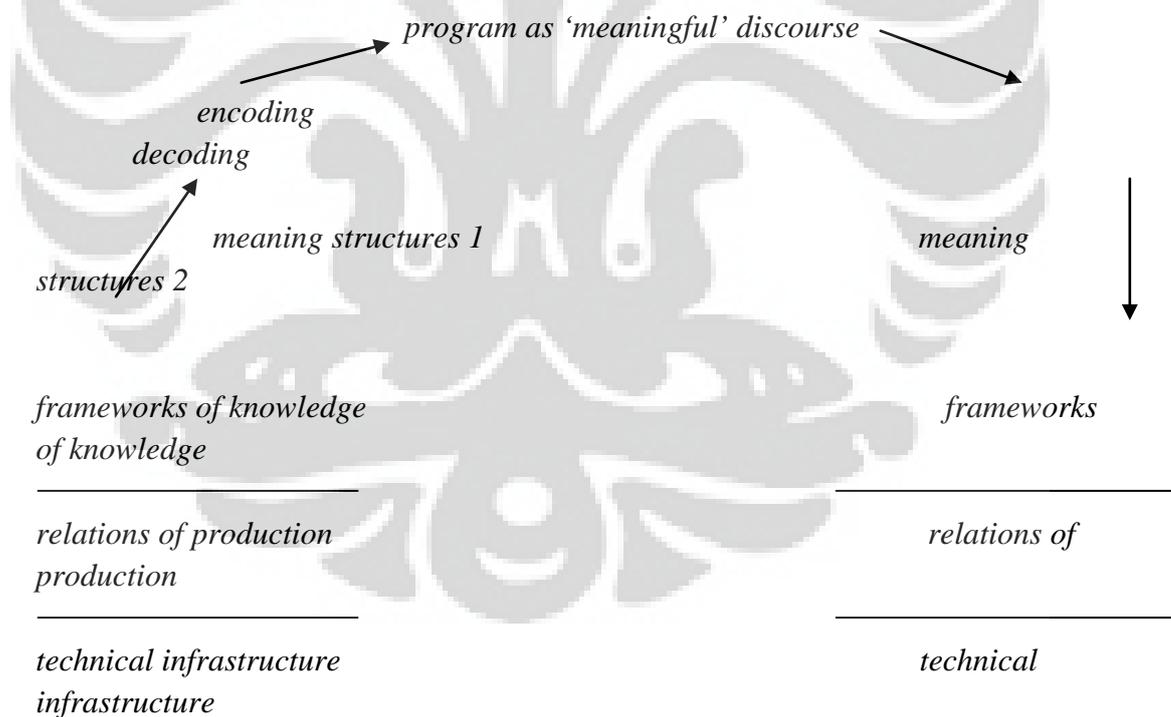
Kekuatan dari teori resepsi adalah memfokuskan perhatian pada individual dalam proses komunikasi massa, menghargai kemampuan dari pengonsumsi media dan menyadari makna dari teks media yang berbeda-beda (Arsyad, 2008: 16).

2.2.3 Proses Encoding/Decoding Audience Stuart Hall

Stuart Hall (1980) menjabarkan metode *encoding-decoding* untuk menginterpretasikan persepsi khalayak. Metode ini memfokuskan pada produksi, teks, dan khalayak dalam sebuah kerangka dimana hubungan setiap elemen tersebut bisa dianalisis. Di antara proses produksi dan teks yang dijalankan oleh media ada sebuah tahap penyandian (*encode*) yang kemudian dipecahkan (*decode*) oleh khalayak ketika mereka menerima teks tersebut. Khalayak memecahkan teks

media dengan cara-cara yang berhubungan dengan kondisi sosial dan budaya mereka juga proses bagaimana mereka mengalami hal tersebut.

Kajian budaya adalah perspektif teoritis yang berfokus bagaimana budaya dipengaruhi oleh budaya yang kuat dan dominan. Stuart Hall (1981, 1989) menyatakan bahwa media merupakan alat yang kuat bagi kaum elit. Media berfungsi untuk mengkomunikasikan cara-cara berfikir yang dominan, tanpa mepedulikan efektivitas pemikiran tersebut. Media merepresentasikan ideologi dari kelas yang dominan didalam masyarakat. Karena media dikontrol oleh korporasi (kaum elit), informasi yang ditampilkan kepada publik juga pada akhirnya dipengaruhi dan ditargetkan dengan tujuan untuk mencapai keuntungan. Hall berpendapat bahwa pengaruh media dan peranan kekuasaan harus dipertimbangkan ketika menginterpretasikan suatu budaya.



Sumber: Encoding/Decoding model (Hall, 1980 dalam Nightingale, 1996:23)

Pemaknaan terhadap isi media oleh khalayak terdiri atas tiga kategori, yaitu :

1. *Dominant reading*: khalayak menerima posisi yang ditawarkan oleh teks dan menerima posisi tersebut dengan menghormati mitos-mitos yang membentuknya.
2. *Negotiated reading*: khalayak tidak sepenuhnya mengambil posisi yang ditawarkan dan mempertanyakan beberapa mitosnya.
3. *Oppositional reading*: khalayak menolak sepenuhnya mitos-mitos yang ditawarkan.

Pendekodean sangat penting didalam kajian budaya. Para teoritikus berpendapat bahwa publik harus dilihat sebagai bagian dari konteks budaya yang lebih besar, sebuah konteks dimana mereka yang berjuang untuk menyuarakan diri mereka yang sedang ditindas (Budd dan Steinmann, 1992) karena seperti yang kita tahu mereka secara tidak sadar menaati pesan yang disampaikan oleh ideologi dominan. Ada tiga sudut pandang yang digunakan khalayak untuk melakukan pendekodean pesan, yaitu :

1. Posisi dominan – hegemonis, hal ini berpendapat bahwa individu-individu bekerja didalam sebuah kode yang mendominasi dan menjalankan kekuasaan yang lebih besar daripada lainnya.
2. Posisi ternegosiasi, hal ini berpendapat bahwa anggota khalayak dapat menerima ideologi dominan tetapi akan bekerja dengan beberapa pengecualian terhadap aturan budaya.
3. Posisi oposisional, hal ini berpendapat bahwa anggota khalayak mensubtitusikan kode alternatif bagi kode yang disediakan oleh media. (West, 2008)

2.3 Teori Informasi

Informasi dapat dipahami mulai dengan entropi. Entropi adalah keserampangan atau kekurangan pada organisasi dalam sebuah situasi. Situasi entropi itu tidak dapat diprediksi. Entropi yang ada ini menyebabkan beberapa

ketidakpastian. Singkatnya, semakin besar entropi, maka semakin sedikit organisasi dan prediksi atau kemungkinan.

Informasi adalah sebuah pengukuran ketidakpastian atau entropi pada sebuah situasi. Semakin tinggi tingkat ketidakpastian, maka semakin banyak informasi yang dibutuhkan. Ketika sebuah situasi sangat dapat diprediksi, berarti tidak informasi yang hadir. Kondisi ini disebut *negentropy*. Definisi informasi membingungkan karena orang-orang mengaitkan informasi dengan kepastian atau pengetahuan. Seperti yang digunakan pada teori informasi, konsepnya tidak mengacu pada pengertian, tapi mengacu pada sinyal.

Informasi dapat dipikirkan sebagai pilihan, atau alternatif, seseorang bisa memprediksi hasilnya. Di dalam keadaan rumit, dengan banyaknya hasil yang memungkinkan, maka informasi yang tersedia lebih banyak daripada keadaan yang sederhana dengan hasil yang sedikit. Dengan kata lain, seseorang membutuhkan fakta-fakta untuk memperoleh hasil dalam keadaan rumit tersebut daripada memprediksi keadaan yang sederhana. Karena informasi itu adalah sebuah fungsi alternatif, ia menggambarkan tingkat kebebasan dalam membuat pilihan di dalam sebuah situasi. Semakin banyak informasi dalam sebuah situasi, maka semakin banyak pilihan yang dapat dibuat dalam sebuah situasi (Littlejohn, 1999:46)

2.4 **Rumor (Desas-desus)**

Rumor atau desas-desus adalah cerita atau pernyataan pada sirkulasi umum tanpa adanya konfirmasi sebagai fakta. *Rumor* adalah komunikasi publik, biasanya dibumbui oleh keburukan berdasarkan ketidaklangsungan, kebenarannya belum pasti, membuat orang lain berprasangka tentang bagaimana dunia ini bekerja. Menurut Allport dan Postman's (1947), *rumor* adalah "*passed along from person to person, usually by word-of-mouth.*" Jadi, *rumor* itu dari orang ke orang, biasanya melalui ucapan mulut ke mulut (Kimmel, 2004:21).

Tentunya jelas bahwa banyak *rumor* yang lahir dari media cetak dan elektronik, termasuk internet. Walaupun tidak mengesampingkan komunikasi dari

mulut ke mulut dalam prosesnya media massa menggambarkan sumber langsung isi *rumor* tersebut dan perantara yang baik dalam penyebaran *rumor* (Rosnow, 2001; Zerner, 1946 dalam Kimmel, 2004:21). Kekritisian elemen *rumor* adalah kurangnya kepastian atas kebenaran pesan tersebut: inilah masalah yang belum pasti kebenarannya. Ada beberapa perwakilan definisi *rumor* kembali pada tahun 1940-an, yaitu (Kimmel, 2004:21) :

1. Suatu hal yang dipercaya sebagai pokok masalah yang disebarkan tanpa verifikasi atau pembuktian (Knapp, 1944).
2. Pokok masalah yang diyakini, dari orang ke orang lain, biasanya dari mulut ke mulut, tanpa adanya bukti standar saat ini (Allport & Postman, 1947).
3. Sebuah laporan yang tidak diverifikasi atau tidak ada penjelasan penyebaran kejadian dari orang ke orang dan menyinggung objek, kejadian, atau isu yang menjadi perhatian publik (Peterson & Gist, 1951).
4. Masalah yang tidak dibuktikan dan dalam sirkulasi umum (Rosnow & Fine, 1976).
5. Kemunculan dan sirkulasi di masyarakat atas informasi yang tidak dipebilkasikan oleh sumber (Kapferer, 1990).
6. Masalah yang tidak terbukti yang dipercaya bahwa memiliki relevansi topik untuk keterlibatan aktivitas seseorang dalam penyebarannya (Rosnow & Kimmel, 2000)

2.4.1 Rumor vs News

Rumor dan berita adalah dua bentuk komunikasi yang berhubungan erat. Bedanya adalah adanya atau tidaknya fakta. Berita diduga berdasarkan fakta, *rumor* selalu belum ada kepastian. Menurut sosiolog, Tamotsu Shibutani (1960), *rumor* diakui sebagai berita yang belum pasti atau disebut juga berita yang mengada-ada (Kimmel, 2004:22-23). Hal ini menjelaskan kenapa isi *rumor* sering tidak diidentifikasi terlebih dahulu.

Karena keterburu-buruan untuk menjadi yang utama dalam pemberitaan, sehingga banyak berita dilaporkan secara instan yang faktanya dengan di cek

minimal. Di sisi lain, kita dapat mengetahui cerita yang dilaporkan dengan bukti yang akurat, yaitu berita. Faktanya adalah *rumor* dimulai dari kesalahan pemberitaan yang juga dapat dihubungkan dengan keleluasaan teknologi baru yang ada untuk penyebaran pesan antar pribadi. Saat keterbatasan membatasi komunikasi dengan orang lain, saat ini seseorang dapat menyiarkan atau menyebarkan informasi ke seluruh dunia melalui internet percakapan kelompok, situs web perusahaan, dan sebagainya (Rosen, 2000, dalam Kimmel, 2004:23).

2.4.2 Rumor vs Gossip

Gossip adalah pembicaraan ringan, hal lain dari *rumor*. Percakapan informal tentang orang lain yang sering menspekulasi dan hasilnya, batas antar isi, baik *rumor* maupun gossip sering tidak jelas. Menurut Hannerz (1967), perbedaan antara *rumor* dan gossip dapat terlihat jelas. Hal ini seringnya berdasarkan pada situasi dimana komunikasi terjadi. Gossip selalu menyinggung orang lain, sedangkan itu bukan karakteristik utama dari *rumor*. Selanjutnya, tidak seperti *rumor* yang tidak pernah ada kepastian, atau berita yang pasti, gossip didukung atau tidak didukung oleh fakta.

Properties of Rumor, News, and Gossip

<i>Properties</i>	<i>Rumor</i>	<i>News</i>	<i>Gossip</i>
Significant	Yes	Yes	No
Evidential basis	No	Yes	Yes or No
People-oriented	Yes or No	Yes or No	Yes
Connotation	- or +	- or +	-

Note :Adapted from Kimmel, Moore, Rind, and Rosnow (1992) (Kimmel, 2004:30)

Dari table 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa pada dasarnya perbedaan *rumor* dengan berita adalah kurangnya ketegasan fakta pada *rumor*. Kontrasnya, *rumor* dapat lebih dibedakan dari gossip melibatkan konten pesan yang dianggap remeh atau sepele untuk gossip (walaupun mungkin bukan target gossip), selalu

menyinggung orang lain, dan lebih dari *rumor* yang memiliki konotasi negatif (Kimmel, 2004:30).

2.4.3 Jenis Rumor

Beberapa gambaran klasik ditawarkan untuk mengidentifikasi tipe-tipe *rumor*, gambaran perbedaan pada konten pesan, etiologi dan tujuan. Ada beberapa jenis *rumor*, yaitu (Kimmel, 2004:33-45) :

1. *Pipe Dreams, Bogies, Wedge Drivers, and Homestretchers*

Pipe dream rumors menggambarkan bentuk *rumors* paling positif dalam pengertian bahwa mereka menggambarkan keinginan publik dan harapan untuk hasilnya.

Wedge drivers menggambarkan bentuk kedua desas desus negatif yang bermaksud untuk membagi kesetiaan pada kelompok atau sebaliknya merusak hubungan antar pribadi dan kelompok.

Homestretches adalah *rumors* yang mendahului sebuah peristiwa yang diharapkan.

2. *Spontaneous Premeditated, and Self-Fulfilling Rumors*

Spontaneous rumor muncul begitu saja sejak krisis atau keadaan lain karena stres yang berlebihan, ketidakpercayaan, dan kebingungan bagaimana suatu keadaan akan terselesaikan.

Premeditated rumors adalah *rumor* yang beraawak untuk sebuah alasan, *rumor* ini cenderung muncul pada lingkungan persaingan tinggi, dan terutama terjadi pada apsar keuangan.

Self-fulfilling meliputi sebuah cerita yang belum pasti yang memprediksi peristiwa yang akan datang. *Self-fulfilling* adalah *rumor* yang menyajikan untuk meruabah persepsi dan tingkah laku yang meningkatkan kemungkinan bahwa kejadian *rumor* memang akan datang untuk segera berlalu.

3. *Conspiracy and Contamination Rumors*

Conspiracy rumor memberitahu kebijakan-kebijakan sebuah perusahaan komersial yang dianggap mengancam atau secara ideologi tidak diinginkan pelanggan.

4. *Urban Legends*

Urban legend adalah perkembangan baik, cerita yang tidak benar tipikalnya memiliki kejutan akhir ironis yang menggambarkan ketakutan. Termasuk dalam *urban legend* umumnya desas desus tentang keluarga, sekalipun dengan struktur narasi khusus.

5. *Internal and Eksternal Rumors*

Internal rumor contohnya adalah terutama untuk kepentingan orang-orang yang terlibat dalam produksi, distribusi, atau pelayanan penjualan produk perusahaan.

External rumor terutama untuk kepentingan orang yang membeli atau menggunakan produk perusahaan, pelayanan, dan saham, termasuk pelanggan, pemegang saham, dan media.

2.5 Other's Image of You

Menurut konsep *looking-glass self* Charles Horton Cooley (1922), Anda akan melihat pada gambaran diri anda sendiri bahwa yang lain mengungkapkan padamu melewati jalan yang mereka buat untukmu dan member reaksi kepadamu.

Anda sudah terlihat, khususnya pada yang paling berarti dalam hidupmu-orang lain yang paling berarti. Sebagai seorang anak, Anda akan melihat ke orang tua dan guru Anda. Sebagai seorang dewasa, Anda mungkin akan melihat teman-temanmu, pasangan, dan kolega dalam pekerjaan. Jika orang-orang yang berarti berpikir tentang Anda, Anda akan melihat gambaran baik di diri Anda pada tingkah laku mereka; jika mereka jika mereka tidak terlalu memikirkan Anda, maka Anda akan melihat gambaran buruk. Itulah refleksi yang Anda lihat pada membantu Anda mendefinisikan konsep diri Anda (Devito, 2007:56).

2.6 Fungsi dan Disfungsi Media

Deskripsi tentang fungsi media kebanyakan menyangkut pemakaian atau aplikasi media yang positif. Tentu saja terdapat hal negatif yang tidak diakui dalam proses kerja media, terutama pada tingkat masyarakat yang mengubah atau menyembunyikan tujuan media yang sebenarnya. Di samping itu, mungkin juga terdapat konsekuensi negatif yang tidak dapat di atasi. Baik unsur-unsur tersembunyi (laten) maupun unsur-unsur disfungsi. Jadi pemberian informasi dapat menimbulkan efek yang diinginkan dan yang tidak diinginkan, karena adanya sikap berat sebelah dalam proses seleksi atau kesalahan interpretasi (McQuail, 1987:73).

2.7 Dimensi Stratifikasi

Di dalam buku Pengantar Sosiologi, Kamanto Sunarto telah dibahas bahwa penggolongan anggota masyarakat berdasarkan berbagai dimensi. Ada dimensi usia, jenis kelamin, agama, kelompok etnik, kelompok ras, pendidikan formal, pekerjaan, dan ekonomi (Sunarto, 2004:89)

2.8 Asumsi Teoritis

Pemaknaan individu atas isi media terkait dengan pemaknaan *dominated reading*, *negotiated reading*, dan *oppositional reading*, berbanding lurus dengan latar belakang pendidikan, pengalaman, usia, seks, dan kemampuan (*skill*) yang dimiliki individu secara berbeda-beda.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma ialah bagaimana kita memandang dunia. Dalam penelitian komunikasi, paradigma digunakan untuk melihat gambaran umum bagaimana komunikasi yang terjadi antarmanusia. Paradigma merupakan pola atau model tentang bagaimana sesuatu distruktur (bagian dan hubungannya) atau bagaimana bagian-bagian berfungsi (perilaku yang di dalamnya ada konteks khusus atau dimensi waktu) (Moloeng, 2004:49).

Paradigma penelitian ini ialah paradigma kritis. Paradigma kritis berangkat dari cara melihat realitas dengan mengasumsikan bahwa selalu saja ada struktur sosial yang tidak adil. Paradigma ini mempunyai sejumlah asumsi mengenai bagaimana penelitian harusnya dijalankan. Paradigma kritis melihat bahwa media bukanlah saluran yang bebas dan netral. Media komunikasi tidak lagi menyajikan realitas yang sebenarnya.

Paradigma kritis dalam bidang komunikasi beranggapan bahwa komunikasi hanya dimanfaatkan oleh kelas yang berkuasa, baik untuk mempertahankan kekuasaannya maupun untuk merepresif pihak-pihak yang menentangnya. Paradigma kritis juga meyakini bahwa teori komunikasi massa tidak akan dapat menjelaskan realitas secara utuh dan kritis apabila mengabaikan teori-teori tentang masyarakat. Tujuan utama dari penelitian yang menggunakan paradigma kritis ialah untuk melakukan kritis sosial, transformasi, serta emansipasi terhadap realitas yang penuh dengan dominasi kekuasaan tertentu (Denzin & Lincoln, 2000:166).

Paradigma kritis mengutamakan analisis yang komprehensif, kontekstual, dan multijenjang yang bisa dilakukan peneliti dengan menempatkan diri sebagai aktivis atau partisipan. Sifat *multi-level* inilah yang menjadi hal utama dari penggunaan paradigma kritis dalam penelitian ini (Adinia, 2005:99). Penelitian ini

merupakan penelitian tentang pemaknaan (informasi pada *broadcast message*) pada individu golongan bawah sebagai unit analisisnya.

3.2 Pendekatan penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian kualitatif ini dapat pula disebut dengan *Participant-Observation* karena peneliti sendiri yang harus menjadi instrumen utama dalam pengumpulan data dengan mengobservasi langsung objek yang diteliti (Irawan, 2006:2).

Menurut Kirk dan Miller (1986), penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan terhadap manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya (Moelong, 2000:3). Diharapkan dengan penelitian kualitatif ini dapat menghasilkan data yang tidak dapat ditemukan dengan penelitian kuantitatif.

Penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkapkan situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan data yang relevan yang diperoleh dari situasi alamiah. Dengan demikian, penelitian kualitatif tidak hanya sebagai upaya mendeskripsikan data tetapi deskripsi tersebut hasil dari pengumpulan data yaitu dengan wawancara mendalam, observasi partisipasi, studi dokumen, dan dengan melakukan triangulasi.

Menurut Bogdon dan Taylor, metodologi kualitatif adalah sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Mereka berpendapat bahwa pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistic (utuh). Dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan (Moelong, 2000:3).

Pertimbangan peneliti memilih pendekatan kualitatif karena pendekatan kualitatif membahas secara mendalam untuk lebih mengetahui fenomena-

fenomena tentang aspek kejiwaan. perilaku, sikap tanggapan. opini. perasaan. keinginan dan kemauan seseorang atau kelompok. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui pemaknaan khalayak kelas bawah pengguna Blackberry terhadap informasi yang disebarakan di *broadcast message*.

3.3 Sifat Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif (*descriptive research*). Secara harafiah, penelitian deskriptif adalah metode penelitian untuk membuat gambaran mengenai situasi atau kejadian sehingga metode ini berkehendak mengadakan akumulasi data dasar belaka (Moh. Nazir, 2003:54-55). Menurut Whitney (1960), metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat. Tujuan penelitian yang bersifat deskriptif adalah untuk memberikan gambaran yang sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta, sifat dan hubungan fenomena-fenomena yang diteliti.

Penelitian deskriptif ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala-gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang. Penelitian deskriptif timbul karena suatu peristiwa yang menarik perhatian peneliti, tetapi belum ada kerangka teoritis untuk menjelaskannya. Jadi, penelitian deskriptif bukan saja menjabarkan (analitis), tetapi juga memadukan (sintesis) bukan saja, melakukan klarifikasi, tetapi juga mengorganisir data/temuan. (Jalaluddin Rakhmat. 2005:25-26.)

Penelitian ini diharapkan mampu menggambarkan latar belakang khalayak perempuan pengguna Blackberry golongan bawah dan hubungan-hubungan yang terdapat di dalamnya ketika memaknai empat konten *broadcast message* (BM) yang dapat menimbulkan kecemasan sehingga dapat menghasilkan gambaran detail mengenai subjek yang diteliti.

3.4. Strategi Penelitian

Strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *social constructivism* (konstruktivis sosial). Pada strategi penelitian konstruktivis sosial, peneliti membimbing subjek untuk mengkonstruksikan realita yang ada di masyarakat (di luar diri subjek) (Irawan, 2006:10).

Strategi ini dipilih untuk melihat pandangan khalayak perempuan golongan bawah terhadap realitas yang dikonstruksinya. Dimana sebagai individu, mereka memiliki pandangan yang berbeda meskipun melihat dari konteks yang sama sehingga akan diketahui bagaimana khalayak memaknai konten di *broadcast message* Blackberry.

3.5 Unit Analisis

Pemilihan informan pada penelitian ini lebih berdasarkan pada alasan atau pertimbangan tertentu (*purposeful selection*) sesuai dengan tujuan penelitian. Sifat metode *sampling* pada penelitian kualitatif hakekatnya adalah *purposive sampling*. Data dan informasi didapat dari orang-orang yang memang mengetahui persoalan yang diteliti (Pawito, 2007:88).

Unit analisis yang diteliti pada penelitian ini adalah individu sebagai bagian dari masyarakat. Dalam penelitian ini individu yang menjadi informan adalah khalayak golongan bawah pengguna Blackberry.

3.6 Alasan Pemilihan Analisis

Alasan memilih khalayak kelas bawah dan *broadcast message* di Blackberry sebagai unit analisis karena saat ini *broadcast message* sudah menjadi fasilitas dalam penyebaran informasi hingga golongan bawah. Informasi yang disebarkan berupa konten *broadcast message* yang menimbulkan kecemasan. Terkadang informasi tersebut belum pasti kebenarannya, sehingga khalayak mungkin tidak jarang merasa bingung.

Selain itu, saat ini tidak hanya khalayak kelas menengah ke atas yang dapat memiliki Blackberry, khalayak kelas bawah pun sudah dapat memiliki

Blackberry dengan mudah karena harga salah satu tipe Blackberry itu sendiri yang dapat terjangkau. Khalayak juga dapat membeli Blackberry dengan kredit sehingga mereka tidak berpikir dua kali untuk pembayaran. khalayak Blackberry kelas bawah ini dipilih karena peneliti ingin mengetahui bagaimnana respon mereka dalam memaknai informasi di *broadcast message*, apakah mereka akan langsung mempercayai informasi yang diteria atau akan mencari tahu dari sumber-sumber lain.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua cara, yaitu: teknik wawancara mendalam yang dilakukan dengan para informan sebagai pengumpulan data primer dan pengamatan terhadap *broadcast message* di Blackberry sebagai data sekunder yang dikonversikan dalam bentuk deskripsi secara umum oleh interpretasi peneliti.

Data memiliki peran penting dalam keseluruhan proses. Data adalah hasil informasi yang didapatkan melalui proses pengukuran tertentu yang kemudian dapat digunakan sebagai landasan untuk menyusun sebuah argumentasi, kemudian dirumuskan menjadi fakta.

3.7.1 Data Primer

Data primer didapatkan oleh peneliti dengan wawancara mendalam. Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu (Koebtjaraningrat, 1993:29).

Metode wawancara mendalam (*indepth interview*) adalah wawancara mendalam yang dilakukan berkali-kali dan membutuhkan waktu yang lama bersama informan di lokasi penelitian. Pewawancara adalah orang yang menggunakan metode wawancara sekaligus dia bertindak sebagai pemimpin dalam proses wawancara tersebut, sedangkan informan adalah orang yang diwawancarai, diminta informasi oleh pewawancara. Informan adalah orang yang

diperkirakan menguasai dan memahami data, informasi, ataupun fakta dari suatu objek penelitian. (Bungin, 2007:108).

Teknik wawancara dapat diartikan sebagai cara untuk mendapatkan informasi dari responden dengan cara bertanya langsung secara bertatap muka (*face to face*). Wawancara dilakukan dengan cara terbuka dimana pewawancara tidak terikat oleh bentuk pertanyaan yang telah disusun sedemikian rupa, melainkan ia bebas mengembangkan wawancaranya dengan responden sejauh ada relevansinya dengan topik penelitian. Namun demikian, teknik wawancara ini dalam perkembangannya tidak harus dilakukan secara berhadapan langsung (*face to face*), melainkan dapat saja dengan memanfaatkan sarana komunikasi lain, misalnya telepon dan internet. (Moleong, 2004)

Pengumpulan data melalui wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan informan dilakukan secara tidak terstruktur dimana daftar pedoman dan pertanyaan wawancara yang *fix* bukan syarat utama karena wawancara akan berkembang dengan sendirinya tergantung pada informan. Hanya sedikit pertanyaan bersifat mengikat dan sudah diatur. Peneliti hanya menggunakan panduan inti pertanyaan secara umum. Selain data primer dengan wawancara mendalam.

3.7.2 Data Sekunder

Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini dengan melakukan pengamatan terhadap empat konten *broadcast message* di Blackberry yang menimbulkan kecemasan individu dan sosial.

3.8 Proses Analisis Data

Analisis data kualitatif adalah proses sistematis yang berlangsung terus-menerus bersamaan dengan pengumpulan data (Daymon & Holloway, 2002:367). Dalam penelitian permaknaan terhadap *broadcast message* bagi khalayak perempuan pengguna Blackberry golongan bawah, peneliti membuat transkrip data yang membantu dalam menentukan kategorisasi dan *coding*.

Tahap analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis tematik. Menurut Boyatzis, analisis tematik adalah proses yang dapat digunakan dalam hampir semua metode kualitatif, dan memungkinkan penerjemahan gejala/informasi kualitatif menjadi data kualitatif sesuai kebutuhan peneliti. Analisis tematik merupakan proses mengkode informasi, yang dapat menghasilkan daftar tema, model tema atau indikator yang kompleks, kualifikasi yang biasanya terkait dengan tema itu, atau hal-hal di antara atau gabungan dari yang telah disebutkan (Poerwandari, 2009:173).

3.9 Keabsahan Penelitian

Dalam bukunya “Pendekatan Kualitatif untuk Penelitian Perilaku Manusia”, Kristi Poerwandari menjelaskan bahwa kualitas sebuah penelitian dapat dilihat melalui empat kriteria, yaitu *Credibility*, *Dependability*, *Confirmability*, dan *Transferability*. Namun dalam penelitian ini hanya terdapat tiga kriteria, yaitu:

a. *Credibility*

Credibility adalah sejauh mana kedalaman dan kekayaan data yang berhasil didapatkan dari informan. Dengan demikian peneliti berusaha menggali sebanyak-banyaknya informasi dari informan dengan memperhatikan kedalaman informasi yang informan berikan. Dalam penelitian ini, pemilihan informan dengan latar pendidikan rendah dan golongan bawah yang memiliki Blackberry. Untuk melihat sejauh mana mereka menggunakan *broadcast message* sebagai informasi yang kredibel.

b. *Dependability*

Dependability yaitu sejauh mana peneliti mampu mengkonseptualisasikan secara benar apa yang diteliti dan konsistensi peneliti atas keseluruhan proses penelitian. Dengan demikian peneliti berusaha untuk teliti dalam mengaitkan permasalahan dan jawaban dari hasil wawancara pada informan dengan teori yang digunakan. Dalam penelitian ini dapat

diketahui sejauh mana latar belakang pendidikan, pekerjaan, pengalaman, dan usia berkontribusi dapat dijadikan acuan bagi sikap individu terhadap informasi yang mereka peroleh melalui *broadcast message* di Blackberry.

c. *Transferability*

Bahwa penelitian ini menggunakan latar belakang informan sebagai acuan dalam memahami bagaimana pemaknaan individu terhadap konten *broadcast message*.

3.10 Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian

Penelitian ini tentunya memiliki keterbatasan dan kelemahan, seperti :

3.10.1 Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah peneliti hanya membahas empat konten *broadcast message* yang dapat menimbulkan kecemasan dan tidak melakukan analisis pada teksnya.

3.10.2 Kelemahan

Kelemahan dalam penelitian ini adalah peneliti hanya melakukan wawancara dengan informan perempuan dan yang memiliki latar belakang pendidikan yang sama yaitu tidak lulus SMP, sehingga pemaknaan yang diperoleh hanya berdasarkan sudut pandang mereka, seharusnya penelitian ini mampu melihat dari berbagai sudut pandang khalayak pria maupun individu lain dengan latar belakang pendidikan tinggi.

BAB 4

PROFIL BLACKBERRY

4.1 Deskripsi Blackberry

Blackberry merupakan perangkat komunikasi seluler yang dikelola oleh Research In Motion (RIM) dengan layanan utama pada *PushMail* disamping telepon dan SMS seperti pada seluler lain. *PushMail* adalah sistem dari penerimaan email, yang oleh server pusat Blackberry dikirimkan langsung ke perangkat Blackberry. Blackberry memiliki aplikasi yang dapat di *download* sesuai kebutuhan penggunanya. Aplikasi yang banyak di *download* kebanyakan untuk *chatting*, seperti Blackberry Messenger, Yahoo Messenger, Gtalk, dan Live Messenger (Kurniawan & Sanjaya, 2011:255).

Oleh pembuatnya, Blackberry awalnya didefinisikan sebagai nirkabel yang berfungsi sebagai telepon genggam sekaligus memiliki layanan email gegas, SMS, *Faksimile* dan penjelajah internet serta berbagai kemampuan lain. Perangkat Blackberry pertama kali diperkenalkan 12 tahun lalu, pada 1997 oleh perusahaan Kanada bernama Research In Motion yang didirikan pada 1967 oleh Mike Lazardis, imigran Yunani (Khoiruddin, Setyawan dan Nurkholish, 2009:10-11).

4.2 Produk Unggulan Blackberry

Produk yang menjadi andalan utama dan membuat BlackBerry digemari di pasar adalah fitur email cepat (*push e-mail*). Produk ini mendapat sebutan email cepat karena seluruh email baru, daftar kontak, dan informasi jadwal (*calendar*) “ditampilkan” langsung ke dalam BlackBerry secara otomatis.

Seperti yang telah disebutkan di atas mengenai keunggulan dari BlackBerry, yaitu *push e-mail*. Dengan *push e-mail* semua e-mail masuk dapat diteruskan langsung ke ponsel. E-mail juga sudah mengalami proses kompresi dan *scan* di server BlackBerry sehingga aman dari virus. Lampiran file berupa dokumen Microsoft Office dan PDF dapat dibuka dengan mudah. Sebuah e-mail

berukuran 1 MB, jika diterima melalui *push e-mail* dapat menjadi 10 kb dengan isi yang tetap. (RBA4762)

Pengguna tidak perlu mengakses Internet terlebih dulu dan membuka satu persatu e-mail yang masuk, atau pemeriksaan e-mail baru. Hal ini dimungkinkan karena pengguna akan terhubung secara terus-menerus dengan dunia maya melalui jaringan telepon seluler yang tersedia. Alat penyimpanan juga memungkinkan para pengguna untuk mengakses data yang sampai ketika berada di luar layanan jangkauan nirkabel. Begitu pengguna terhubung lagi, *BlackBerry Enterprise Server* akan menyampaikan data terbaru yang masuk. Kelebihan lainnya adalah kemampuan BlackBerry yang dapat menampung e-mail hingga puluhan ribu tanpa ada risiko *hang*, asalkan masih ada memori tersisa.

BlackBerry juga bisa digunakan untuk chatting. Mirip dengan Yahoo Messenger yang bernama BlackBerry Messenger (BBM) yang berjalan melalui jaringan BlackBerry dengan memasukkan nomor identitas unik dari setiap ponsel BlackBerry (PIN).

Broadcast message (BM) merupakan fasilitas di Blackberry yang termasuk dalam fitur Blackberry Messenger. Di BBM, jika menekan *option* atau lambang Blackberry, akan ada pilihan *New Broadcast Message*. Ketika *New Broadcast Message* sudah dikirimkan ke beberapa atau seluruh kontak di BB, itulah yang disebut dengan *Broadcast Message*. warna *font* di BM berbeda dengan BM atau SMS, serta email. *Font* di BM biasanya berwarna ungu.

Cara Melakukan Broadcast Message

BBM ----- Lambang Blackberry ----- *New Broadcast Message* ----- Pesan -----
Semua kontak/kontak pilihan ----- *Send*

Keterangan :

1. Masuk ke fitur *blackberry messenger*
2. Tekan tombol dengan lambang Blackberry
3. Pilih tulisan “Nwe Broadcast Message”
4. Ketik pesan atau *copy paste* pesan yang sudah ada.

5. Pilih kontak yang ingin dikirimkan *broadcast message* (semua kontak atau kontak-kontak pilihan)
6. Arahkan ke bawah sampai di “Send”
7. Klik/tekan “send” untuk mengirimkan BM yang tadi sudah diketik/*copypaste* Pesan yang sampai melalui *broadcast message* akan diterima dengan huruf berwarna ungu.

Semua layanan BlackBerry ini dikenal sangat aman baik e-mail, *chatting*, maupun *browsing*. Untuk *browsing* Internet, data-data dari website sudah dikompresi sehingga lebih cepat dibuka. Selain itu, Blackberry juga memiliki *Blackberry Application World* merupakan fasilitas yang menyediakan bermacam-macam aplikasi, baik gratis maupun membayar untuk di-*download* di BB (Adi, Sanjaya&Writerhood, 2010:179).

4.3 Perangkat Lunak

BlackBerry menyediakan berbagai perangkat lunak yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan operasi.

BlackBerry Enterprise Server (BES)

Perangkat genggam BlackBerry terintegrasi pada sistem e-mail yang terorganisasi melalui paket perangkat lunak yang disebut BlackBerry Enterprise System (BES). BES dapat digunakan oleh jaringan e-mail yang berbasis Microsoft Exchange, Lotus Domino, dan Novell Group Wise. Khusus pada pengguna individu, mereka dapat menggunakan layanan e-mail nirkabel yang disediakan oleh provider tanpa harus menginstalasi BES. Para pengguna individu dapat menggunakan BlackBerry Internet Solution tanpa harus menginstalasi BES di *smartphone* mereka. BES memang ditujukan bagi pelanggan korporasi dengan cakupan usaha yang besar. Perangkat lunak ini mengintegrasikan seluruh *smartphone* BlackBerry pada suatu organisasi dengan sistem perusahaan yang telah ada. Keuntungan yang diperoleh adalah memperluas komunikasi nirkabel dan data perusahaan kepada pengguna aktif dengan cara yang aman.

BlackBerry Professional Software (BPS)

BPS merupakan komunikasi nirkabel dan kolaborasi solusi bagi usaha kecil dan menengah. Ia menghadirkan berbagai fitur yang dibutuhkan karyawan, dalam sebuah paket yang mudah dipasang dan harga yang lebih murah.

BlackBerry Internet Service (BIS)

Perangkat lunak yang diperuntukkan bagi pengguna pribadi ini memungkinkan Anda untuk mengintegrasikan *smartphone* dengan 10 akun e-mail yang berbasis *Post Office Protocol* (POP3) dan *Internet Message Access Protocol* (IMAP), menerima dan mengirim pesan instan, serta berselancar di *internet*. Dengan BIS, kita juga dapat membuka tambahan data (*attachment*) dalam bentuk excel, word, powerpoint, pdf, zip, jpg, gif dengan tingkat kompresi data yang tinggi.

BlackBerry Mobile Data System (BlackBerry MDS)

Sebuah aplikasi optimisasi pengembangan kerangka kerja untuk BlackBerry Enterprise Solution, menyediakan Anda sebuah alat pengembangan untuk membangun, menyebarluaskan, serta mengatur interaksi antara BlackBerry *smartphone* dan aplikasi perusahaan.

4.4 Manfaat Blackberry Dalam Komunikasi

Secara umum Blackberry memiliki banyak manfaat, Kemampuan komunikasi yang ada di BlackBerry adalah telepon dan SMS, yang memerlukan layanan operator seluler GSM. Selain itu, ada kemampuan koneksi melalui GPRS, 3G, HSDPA, dan koneksi nirkabel (wireless a/b/g). Dengan kemampuan ini, ponsel BB dapat digunakan untuk chatting dan browsing situs Internet dengan leluasa, serta kemampuan push-email yang mirip dengan SMS, yaitu begitu ada e-mail masuk, ponsel akan memberi tahu melalui nada dering yang bisa diatur.

Bahkan dengan kompresi hingga 1/100, pemakai dapat membuka email dan lampirannya dengan cepat. Kemampuan inilah yang menjadi andalan BlackBerry. Selain itu, fitur komunikasi pada Blackberry adalah multimedia,

jejaring sosial dan *Instant Messaging*, seperti *blackberry messenger* dan Yahoo. Messenger. Dengan fitur tersebut komunikasi menjadi lebih lancar dan fleksibel (<http://teknologi.vivanews.com/news/read/169193-pemerintah--manfaat-blackberry-sangat-besar>)

- *Blackberry sebagai sarana akses informasi.*

Blackberry didukung dengan browser yang cukup baik, sehingga para pengguna dapat dengan mudah mengakses informasi terbaru yang mereka butuhkan. Pengguna Blackerry tidak perlu membawa *notebook* atau mencari *hotspot*, karena mereka dapat langsung mengakses dengan memanfaatkan perangkat dan fitur-fitur yang tersedia pada Blackberry.

- *Blackberry mendukung fitur-fitur office.*

Selain fitur umum seperti agenda, kalender, alarm, memo dan kalkulator, kita juga dapat menambahkan aplikasi *office* lain seperti Microsoft office (pada Blackberry dikenal dengan Document to Go) , PDF to Go (*PDF reader*), hingga kamus yang berbasis google. Jadi pengguna tidak terlalu terikat lagi pada PC atau *netbook*.

- *Blackberry menghemat biaya komunikasi.*

Banyak pengguna yang merasakannya. Jika dahulu mereka harus mengeluarkan biaya pulsa Rp.200.000 – Rp.300.000, sekarang mungkin hanya Rp.100.000 – Rp.150.000, karena sebelum menggunakan Blackberry, mereka harus menggunakan fitur panggilan telepon atau SMS yang tentunya tidak murah. Sejak menggunakan blackberry, mereka hanya perlu mendaftar layanan BIS bulanan (yang saat ini semakin ekonomis) dan dapat melakukan percakapan sepuasnya lewat *messenger*. Selain percakapan, messenger juga mendukung fitur yang memungkinkan untuk berbagi file gambar dan suara. Oleh karena itu, tidak heran apabila saat ini para pengguna Blackberry tidak terlalu suka melakukan komunikasi melalui panggilan telepon atau SMS karena sudah terbiasa dan lebih hemat.

BAB 5

ANALISIS HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas hasil wawancara mendalam yang dilakukan peneliti kepada 3 informan. Semua wawancara dilakukan secara langsung. Para informan adalah anak hasil perkawinan beda agama dewasa dengan rentang usia 25 tahun hingga 35 tahun. Dalam menganalisis wawancara mendalam dan temuan data, peneliti membagi dalam beberapa kategori. Kategorisasi tersebut adalah:

1. Latar belakang informan
2. Pendapat informan tentang pengertian *broadcast message*
3. Pandangan/pemaknaan informan terhadap isi pesan di *broadcast message* yang dapat menimbulkan kecemasan dan kebingungan
4. Sikap informan dalam menanggapi dan merespon isi *broadcast message* yang dapat menimbulkan kecemasan dan kebingungan
5. Manfaat dan kerugian memiliki Blackberry bagi informan

5.1 Informan 1 : IN, Perempuan (Pembantu Rumah Tangga Pribumi)

5.1.1 Latar Belakang Informan

Informan yang berprofesi sebagai asisten (pembantu) rumah tangga di daerah Jakarta Timur ini sudah hampir dua tahun mengabdikan pada sebuah keluarga. Bukan hal baru baginya menjadi seorang pembantu asisten rumah tangga karena sudah enam tahun ini profesi itu ia jalani.

“Saya mah cuma sampe kelas 2 SMP mba, soalnya ngga ada biaya lagi untuk lanjutin sekolah, buat makan aja susah banget Mba, jadi ya kalo ada duit cuma buat makan sehari-hari aja”

Anak kedua dari lima bersaudara ini awalnya hanya bekerja sebagai tukang cuci di sekitar kampungnya. Suatu hari ia bertemu dengan sepasang suami istri yang sedang mencari pembantu rumah tangga di sekitar rumahnya.

“Iya saya kalau pulang sekolah suka jadi tukang cuci di rumah-rumah dekat rumah Saya. Akhirnya saya ketemu deh sama suami istri yang lagi nyari pembantu tapi rumahnya di Jakarta”

Kegigihannya bekerja walau hanya sebagai pembantu rumah tangga tidak mengecewakan. Ia dapat mengirim uang untuk kedua orang tuanya, bahkan saat ini sejak setahun lalu, ia sudah memiliki Blackberry (BB) yang ia beli dengan istilah *second* dengan menyisihkan gajinya selama beberapa bulan.

“Iya Mba tapi ini juga bekas kok saya belinya juga ngumpul duit dulu beberapa bulan, nah pas udah cukup baru beli deh. Kalau beli yang baru mah kelamaan ngumpulnya”

Ketika ditanya alasan mengapa membeli BB, informan mengaku awalnya memang ingin memiliki BB setelah melihat majikan dan temannya menggunakan BB. Sejak memiliki BB, Ina merasa lebih keren dan cepat berkomunikasi dengan teman-temannya.

“Pertamanya sih pengen aja gara-gara temen, pembantu tetangga di rumah sebelah dan majikan pada pakai jadi mau juga tapi sejak pakai BB saya ngerasan keren, ngobrolnya sama teman yang jauh jadi lebih cepet”

Menurut wanita yang sudah satu tahun menggunakan BB ini, pengguna yang baru satu menggunakan BB pasti tahu istilah BBM dan *broadcast*.

“Iyalah Mba, masa punya BB ga tau BBM sama *broadcast* baru sehari pakai aja udah tahu apalagi kayak saya udah setahun”

5.1.2 Pendapat Informan Tentang Pengertian *Broadcast Message*

Saat ditanya pendapat tentang *broadcast message*, menurut informan *broadcast message* adalah penyampaian pesan atau berita melalui BB dengan warna tulisan ungu yang memang sudah menjadi ciri khas *broadcast message*.

“Ya itu Mba jadi kirim-kirim pesan atau ngga kayak berita gitu deh kasih tau ke semua teman yang ada di BB. Terus biasanya kalau *broadcast* itu warna tulisannya ungu”

Informan merupakan pengguna BB yang sering menerima *broadcast* dan juga sering menyebarkan kembali *broadcast* yang ia dapat karena ia percaya dengan isi *broadcast message* yang ia dapatkan dengan tujuan agar orang lain dapat mengetahui berita atau informasi.

“Ya pasti sering Mba, temen saya sering ngirim *broadcast* terus saya *broadcast* lagi aja Mba biar yang lain tahu juga jadi kalau ada BM yang isinya ngasih tahu tentang kayak berita yang ngga enak jadi bisa hati-hati”

5.1.3 Pandangan/pemaknaan informan terhadap isi pesan di *broadcast message* yang dapat menimbulkan kecemasan dan kebingungan

Pada awal informan memiliki Blackberry, ia percaya dengan konten *broadcast message* yang diterima. Informan mengaku tidak jarang mendapatkan *broadcast message* yang dapat menimbulkan kecemasan atau kekhawatiran.

“Waktu pertama-tama saya punya BB, saya percaya sama BM yang suka saya dapet dari temen-temen atau ngga majikan saya. BM yang saya dapet itu macem-macem

isinya. Saya sering dapet *broadcast* yang ngga enak terus suka bikin khawatir aja”

Informan juga sempat percaya dengan salah satu *broadcast message* tentang Agnez Monica, sedangkan itu hanya BM *hoaks* dan ia kirim ke semua kontak di BB.

“Nah waktu itu kan saya pernah dapet BM yang tentang Agnes Monica katanya meninggal, terus saya langsung kirim BM ke temen yang lain, eh ada temen yang bilang kalau BM tentang Agnes yang itu katanya *hoaks*.”

Dengan mengirimkan *broadcast* ke teman-teman lain, informan mengaku sangat percaya dengan konten berita tersebut.

“Iya Mba percaya banget malah awalnya makanya kan saya sebarin lagi, eh taunya begitu. Soalnya Agnes gitu lo Mba kan terkenal”

Semakin lama informan menggunakan Blackberry, menurutnya ia semakin tahu *broadcast message* yang benar atau hanya *hoax* (berita tidak benar) dengan bertanya kepada teman yang mengirimkan *broadcast message* tersebut.

“Iya pertama saya emang percaya Mba, tapi lama-lama saya ngga percaya-percaya banget soalnya pernah saya udah percaya banget tu sama BM yang pernah dikirim temen saya, eh ternyata beritanya ngga bener.”

Informan memberitahukan *broadcast* mencemaskan yang pernah ia terima sehingga informan langsung merasa takut karena sudah terbayang tragedi Mei 1998.

“Kayak tentang yang katanya mau ada demo gede-gede gitu kayak waktu pas Pak Harto. Saya langsung takut waktu baca soalnya saya suka ikut majikan saya kalau pergi-pergi”

Ketika diperlihatkan *broadcast* yang berisi akan adanya demonstrasi besar-besaran untuk menggulingkan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada 23 Oktober 2011 seperti yang terjadi pada Mantan Presiden Soeharto, Mei 1998, membuat tiga *broadcast*. Informan percaya dengan pemberitaan di *broadcast message* itu

“Oh iya Mba, sama banget nih, saya juga dapet *broadcast* kayak gini. Ada tiga kan Mba? Iya bener nih Mba. Waktu itu saya pikir beneran Mba soalnya ini kan tulisannya “pemberitaan di Kompas”

Karena sumber pemberitaan demonstrasi besar-besaran ini dari Kompas dan sempat menanyakan pendapat majikannya, informan menganggap itu adalah berita benar sehingga ia merasa khawatir dan takut untuk pergi keluar rumah jika diajak oleh majikannya.

“Iya kan ya Mba kalo Kompas itu beritanya bisa dipercaya jadi berita di *broadcast* itu pasti bener. Waktu itu Ibu pernah ngajak saya ikut ke *mall* katanya, eh pas abis dapet BM itu, saya langsung ngga mau.”

Sumber pemberitaan dari Kompas dan didukung komentar majikan yang membuat informan merasa lebih yakin kalau konten *broadcast message* tersebut adalah benar.

“Iya Mba, karena dari di situ ada Kompas ya saya percaya terus majikan saya juga bilang kayaknya bener jadi ya saya tambah yakin lagi walupun di BM itu ada tulisannya”

Informan hanya berpatokan dengan Kompas tanpa mencari tahu apakah media lain juga membuat pemberitaan yang sama sehingga informasi yang didapat tentang kebenaran konten *broadcast message* tersebut lebih pasti.

“Ngga sih Mba, soalnya saya pikir Kompas itu bisa dipercaya jadi kayaknya agak ngga mungkin aja kalo nyebar berita yang salah”

Pada 23 Oktober 2011 ternyata tidak ada demo besar-besaran seperti yang disebarkan melalui *broadcast message* tersebut. Informan merasa menyesal karena sudah percaya dengan *broadcast message* tersebut, tetapi ia tetap bersyukur karena demonstrasi besar-besaran tidak terjadi.

“Nah iya tu Mba, saya sempet kesel aja ternyata tanggal 23 itu ngga ada demo yang kayak dibilang di BM. Saya jadi nyesel udah percaya banget sama berita itu. Mana Kompas lagi kan di situ tulisannya”

Dapat dikatakan bahwa dari *broadcast message* tentang akan adanya demo tersebut, informan tidak langsung percaya jika mendapat *broadcast message* terutama tentang berita yang dapat menimbulkan kecemasan dan ketakutan.

“Ya besok-besoknya kalo saya dapet BM, terutama yang beritanya ngga enak ya saya ngga langsung percaya. Soalnya majikan saya juga komentarnya gitu”

Dua hari setelah tanggal 23, informan menanyakan tentang *broadcast message* tersebut. Temannya mengatakan bahwa ia mendapatkan *broadcast message* itu dari anak majikannya

“Waktu itu pas tanggal 25 nya saya BBM temen yang *broadcast* ke saya nanya dia tau dari mana. Dia dapet dari anak majikannya tapi dia mah percaya-percaya aja ngga nanya-nanya dulu bener apa ngga terus langsung di BM deh”

Selain *broadcast* tentang demonstrasi besar-besaran, ada *broadcast* tentang narkoba jenis baru, Strawberry Quick, Strawberry Meth, Narkoba Crystal seperti permen Pop Rock yang beredar di lingkungan sekolah. Informan belum pernah mendapat *broadcast* tentang ini tetapi ia terlihat kaget dan mempercayai berita tersebut.

“Ya ampun serem banget Mba narkoba di sekolah. Anak-anak kecil kan suka banget sama permen pasti mereka ngga tahu kalo itu narkoba.”

Menurut informan, jika ia punya anak maka ia tidak akan membiarkan anaknya membeli makanan sembarangan di sekolah terutama permen sejak ada *broadcast* tentang narkoba jenis baru ini.

“Kalo saya punya anak ni Mba, saya pasti ngelarang anak saya untuk jajan sembarangan di sekolah, apalagi permen.”

Tetapi ketika teringat *broadcast message* sebelumnya tentang demonstrasi yang ternyata tidak benar-benar terjadi, informan berubah pikiran. Menurutnya, lebih baik mencari tahu terlebih dahulu ke teman yang menyebar *broadcast* tersebut.

“Oh iya Mba, tapi itu juga kan belum tentu bener, nanti kayak BM yang demo itu lagi ternyata ngga bener. Mending sih tanya aja ke yang BM ini Mba dia dapet dari mana”

Informan pernah mendengar desas-desus kalau narkoba memang sudah beredar di lingkungan muris Sekolah Dasar (SD), tetapi tidak mengetahui persisnya narkoba jenis apa dan seperti apa.

“Kalo ngga salah emang pernah ada kan ya Mba berita kalo sekarang ini banyak anak SD pake narkoba, tapi saya ngga

ngikutin banget sih Mba jadi ngga tau narkoba yang kayak gimana, namanya apa”

Menurut informan tentang konten *broadcast message* ini mungkin dapat dijadikan pertimbangan sehingga lebih waspada dalam mengawasi anak-anak di sekolah agar ia tidak menjadi salah satu korban narkoba, baik disengaja maupun tidak.

“Tapi Mba kalo yang punya anak SD, kayaknya kalo baca BM ini bisa jadi waspada kali ya untuk ngawasin anaknya di sekolah biar ngga jajan sembarangan”

Bagi informan sendiri sebenarnya *broadcast message* tentang narkoba ini belum terlalu berpengaruh untuk dia karena informan belum menikah dan punya anak.

“Kalo untuk saya sendiri? Ya sebenarnya sih buat saya mah belum terlalu ngaruh ya Mba. Soalnya kan saya juga belum kawin, apalagi punnya anak. Tapi ya itu, kalo emang bener nih BM nya, berarti ini penting buat ibu-ibu yang punya anak”

Selanjutnya adalah *broadcast* tentang nomor *handphone* **087877334352** berwarna merah jangan diangkat karena sedang mencari tumbal. Jika *broadcast* ini tidak disebarakan maka ibu kita yang akan jadi korbannya. Ketika BM ini diperlihatkan ke informan, awalnya ia percaya tetapi iya merasa *broadcast* ini sepertinya juga mengada-ada.

“Saya sih belum pernah Mba dapet *broadcast* kayak gini. Tadi saya percaya nih Mba soalnya bawa-bawa ibu yang bakal jadi tumbal kalo ini ngga di *broadcast*. Tapi Mba, temen saya di BB tu ngga sampe 25 orang, terus gimana?”

Informan tidak ingin terlalu memikirkan *broadcast* ini karena dia sendiri sampai sekarang tidak pernah mendapat telepon masuk dari nomor merah tersebut dan jika tiba-tiba nomor telepon itu muncul, tidak akan diangkat.

“Udah ah Mba saya ngga mau mikirin *broadcast* ini soalnya saya juga ngga pernah ada yang telepon dari nomor ini. Tapi ya kalo tiba-tiba nomor ini telepon saya ya ngga usah diangkat”

Ketika ditanya kembali apakah informan percaya dengan *broadcast* tersebut, walaupun awalnya sempat percaya, tapi menjadi percaya karena harus BM ke kinyak lain sebanyak 25 orang sedangkan kontak BB nya tidak sampai 25 orang.

“Kalo sekarang mah ya ngga percaya Mba.. iya 100% ngga, lagian bodo ah orang temen saya di BB ngga sampe 25. Iya sih bawa-bawa ibu tapi kan semuanya udah ditentukan Allah.”

Broadcast terakhir yang dapat menimbulkan kecemasan adalah tentang obat yang dipakai pemekorsa untuk menetralsir korban agar tidak sadar diri dan tidak hamil, yaitu Progesterex. Ketika membaca nama Progesterex, informan terlihat tidak familiar dengan nama itu tetapi pernah mengetahui tentang *broadcast* ini.

“Saya kayaknya pernah tahu deh Mba tentang *broadcast* ini. Temen-temen pernah ngomongin tentang itu. Kata mereka sih kayaknya beneran soalnya kan pernah ada tu Mba berita di TV”

Karena teman-teman informan menilai kalau *broadcast* tersebut adalah benar, informan pun menilai hal yang sama.

“Iya Mba, saya menurut saya bener deh walopun saya jarang denger nama obat itu. Pokoknya hati-hati deh jaman sekarang mah ngga ada jaminan”

Hal ini membuat informan berpikir bahwa ia tidak akan pergi atau keluar rumah sendiri kecuali jika terpaksa dan akan lebih waspada jika ada laki-laki yang menawarkan minuman gratis kepadanya.

Kalau nanti saya ke warung kalo ngga pergi kemana gitu, kalo ngga terpaksa mah saya ngga mau ah sendiri, takut kenapa-kenapa”

5.1.4 Sikap Informan Dalam Menanggapi dan Merespon Isi *Broadcast Message* yang Dapat Menimbulkan Kecemasan dan Kebingungan

Informan menganggap *broadcast message* yang ia terima merupakan informasi yang sangat berguna untuk disebarluaskan agar orang lain tahu dan dapat lebih waspada. Hampir semua *broadcast message* yang ia terima pasti ia sebarkan kembali ke teman-temannya di BB, kecuali kalau menurutnya *broadcast* tersebut ngga jelas.

“Kalo menurut saya nih Mba, berita-berita yang saya dapet dari *broadcast* tuh bagus-bagus Mba isinya jadi pasti sering saya sebar lagi ke teman-teman saya biar mereka tahu terus kalo beritanya ngga enak ya bisa hati-hati. Tapi kalo ngga jelas ya ngga saya *broadcast*”

Broadcast yang tidak jelas menurut informan adalah yang sumbernya tidak jelas, kalau dipikirkan tidak mungkin, *hoaks*

“BM yang ngga jelas tu misalnya sumbernya ngga jelas dari mana, saya juga sering tu Mba nanya ke temen yang kirim BM ke saya dapet BM ini dari mana, mereka sering

bilangnya dapet dari temennya juga jadi ngga jelas kan siapa pertamanya?”

Sikap yang dilakukan informan ketika mendapat *broadcast* tentang akan ada demonstrasi besar-besaran seperti tragedi Mei 1998 informan menyebarkan *broadcast* tersebut ke teman-temannya di BB.

“Waktu itu mah kalo ini langsung saya sebar ke teman-teman saya soalnya beritanya langsung dari Kompas, majikan saya juga kasih komentar yang sama kalo BM ini bener”

Ketika ditanya kembali tentang respon terhadap berita itu, ia tetap pada pendiriannya walaupun itu belum tentu terjadi.

“Ya ngga apa-apa Mba bakal kejadian ato ngga, yang penting langsung saya sebarin biar pada hati-hati tanggal 23 Oktober. Itu aja katanya sampe perkosa-perkosaan Mba, kan ngeri banget”

Setelah mendapat *broadcast* demo itu, informan langsung member tahu majikannya untuk jangan kemana-kemana tanggal 23 Oktober takut nantinya terjadi apa-apa karena akan terjadi kembali seperti tragedi Mei 1998.

“Abis dapet BM itu, saya langsung kasih tau majikan biar ngga pergi kemana-kemana, soalnya mau ada kayak kerusuhan waktu pas Pak Harto yang Mei 1998”

Demo besar-besaran seperti di *broadcast* ternyata tidak terjadi, hal ini membuat informan kesal dan sejak saat itu, sehingga ia tidak langsung mempercayai *broadast message* yang dikirim kepadanya. Jika tidak jelas, informan akan menanyakan kepada teman yang mengirim dan majikan.

“Waktu itu sempet nyesel juga ternyata ngga ada apa-apa tanggal 23 Oktober itu, ngga ada kerusuhan kayak Mei 1998. Padahal kan itu Kompas tulisannya.walopun percaya, tapi tetep cari tau dulu tanya-tanya temen atau majikan juga bisa”

Untuk *broadcast* tentang narkoba jenis baru yang beredar di sekolah, informan awalnya terlihat percaya karena menurutnya berita ini penting untuk ibu-ibu yang memiliki anak SD.

“Ya walopun saya belum punya anak, tapi kan teman-teman saya ada beberapa yang punya anak udah sekolah. Saya harus sebarin ke mereka paling pertama”

Kemudian informan teringat dengan *broadcast* tentang demo besar-besar 23 Oktober yang ternyata itu *broadcast hoaks*. Menurutnya, kalau ia mendapat *broadcast* ini, ia akan mencari tahu terlebih dahulu, misalnya dengan bertanya ke temen yang mengirim *broadcast* itu.

“Oh iya Mba, daripada salah lagi kayak BM demo besar-besar, mending yang narkoba ini ditanya ke temen yang kirim BM ini. Yah kalo untuk antisipasi,kalau dapet BM itu saya mungkin akan tetep nyebarin BM itu buat jaga-jaga”

Membaca *broadcast* tentang nomor *handphone*, informan terlihat terkejut dan takut. Hal ini terutama karena menyebut ibu sebagai korban jika tidak mengirim *broadcast* itu ke 25 orang.

“Iya tadi pas baca pertama, saya percaya Mba soalnya nyebut-nyebut ibu yang bakal jadi tumbal kalo ngga BM ke 25 orang”

Ketika membaca kembali *broadcast* itu, informan merasa tidak percaya dengan *broadcast message* tersebut karena teman yang mengirim *broadcast* juga mendapat BM dari orang lain sehingga ia pun tidak tahu *broadcast* itu benar atau tidak. Selain itu kontak di BB nya tidak sampai 25 orang

“Tapi pas baca lagi, ini kayaknya ngga bener deh BM nya soalnya temen saya yang BM ini juga dapat dari orang lain jadi ngga ketahuan siapa yang pertama BM, udah gitu juga bingung aja kalo kontaknya ngga sampe 25 mau gimana?”

Sikap informan terhadap *broadcast* terakhir tentang obat Progesterex adalah percaya, sehingga ia pun menyebarkan *broadcast message* ini ke teman-temannya. Sebelum menyebarkan BM, terlebih dahulu informan menanyakan kepada teman-temannya.

“Saya pernah denger sih Mba tentang ini, sempet ngomongin juga sama temen-temen di BB termasuk yang kirim BM nya ke saya. Mereka semua percaya dengan adanya obat itu dan mulai waspada jika berjalan sendirian”

Karena teman-temannya percaya tentang obat itu maka informan pun percaya dan hal ini didukung oleh pemberitaan di TV yang pernah memberitakan tentang korban pingsan dan pencurian di bus akibat menerima minuman yang ditawarkan oleh orang yang tidak dikenal. Karena sudah yakin, informan juga menyebarkan *broadcast* ke teman-teman lain.

“Berita kejahatan gara-gara nerima minuman dari orang yang ngga dikenal dan pencurian sudah sering di tayangkan di TV, bikin saya tambah percaya sama cerita ini walopun aga beda tapi sama caranya. Abis itu ya langsung saya sebarin BM nya ke temen saya yang cewek”

5.1.5 Manfaat dan Kerugian Memiliki Blackberry Bagi Informan

Manfaat Blackberry bagi informan adalah lebih cepat berkomunikasi dan lebih banyak dapat informasi.

“Kalau manfaatnya sih biar lebih gampang dan cepat kalau mau ngobrol sama cepat dapat berita-berita terbaru juga kali ya?”

Kerugian Blackberry bagi informan adalah lebih kepada harus membeli paket memperhatikan orang lain, dan jadi autis sendiri.

“Paling ngga enakunya kalau harus beli paket pulsa BB yang mahal terus kita juga bisa jadi autis sendiri sama BB, terus kalau keasyikkan sama BB, bisa jadi nyuekkin orang lain.”

Analisis :

Berdasarkan wawancara mendalam dengan informan IN, dapat diketahui bahwa keinginan memiliki Blackberry (BB) awalnya karena melihat majikan dan temannya menggunakan BB. Selain itu, dengan menggunakan BB ia akan terlihat keren. Informan juga mengaku bahwa sejak menggunakan BB, komunikasi dengan teman yang berjarak jauh menjadi lebih cepat.

Menurutnya, tiap orang walaupun baru satu hari menggunakan BB, orang itu akan paham dan hafal dengan istilah di Blackberry, seperti *Blackberry Messenger* (BBM) dan *Broadcast Message* (BM). Bagi informan, BM adalah penyampaian pesan atau berita melalui BB dengan tulisan berwarna ungu. Baginya, BM adalah penyampaian pesan atau berita melalui BB dengan tulisan berwarna ungu dan ia juga merupakan pengguna BB yang sering mendapatkan BM serta menyebarkannya kembali.

Broadcast message yang ia terima berisi informasi positif dan negatif. Ia tidak jarang menerima BM yang dapat menimbulkan kecemasan. Informan juga sempat membahas BM *hoaks* yang pernah ia terima, yaitu tentang Agnes Monica yang diberitakan meninggal. Karena Agnes adalah seorang Artis terkenal, Mba IN

awalnya langsung percaya dengan BM tersebut sehingga ia menyebarkan BM tersebut ke kontak-kontak di BB nya. Dengan mengirimkan BM ke orang lain, berarti informan sangat mempercayai konten BBM tersebut.

Semakin lama informan menggunakan BB dan juga semakin banyak BM yang diterima, membuat informan semakin dapat membedakan mana BM yang benar dan yang tidak benar atau yang sering disebut para pengguna BB dengan sebutan *hoaks*. Jika ia ragu, ia akan menanyakan kebenaran berita tersebut ke orang yang mengirimkan BM.

Salah satu BM mencemaskan yang pernah diterima informan adalah tentang bahwa akan terjadi demonstrasi besar-besaran pada 23 Oktober 2012 seperti tragedi Mei 1998 sehingga bagi perempuan harus hati-hati jika ingin keluar rumah. Ketika mendapat BM itu, Mba IN langsung merasa takut. Informan juga melakukan konfirmasi mengenai BM ini, benar atau tidak.

Majikan pun merasa BM ini benar karena tertulis bahwa BM ini pemberitaan di Kompas yang merupakan surat kabar yang dapat dipercaya, sehingga informan semakin percaya. Pada 23 Oktober 2011 ternyata tidak terjadi demonstrasi. Mengetahui hal ini, informan kecewa dan menurutnya harus mencari tahu terlebih dahulu kebenaran berita tersebut.

Selain BM kecemasan tentang demonstrasi besar-besaran, informan juga diperlihatkan BM lain yang dapat menimbulkan kecemasan, seperti Narkoba di SD, Jangan terima telepon dari no. 087877334352, dan Progesterex. Untuk BM tentang narkoba di SD, informan teringat tentang BM sebelumnya tentang demonstrasi besar-besaran sehingga ia merasa BM narkoba di SD belum tentu benar.

Ia juga mengatakan bahwa BM ini tidak terlalu berpengaruh karena ia belum memiliki anak, walaupun ia mengakui kalau punya anak, jika membaca BM ini, akan langsung waspada terhadap lingkungan sekitar dan mengawasi anak ketika jajan. Untuk BM nomor telepon 087877334352, informan belum pernah mendapat BM ini, tetapi ia tidak ingin membahas dan iya tidak percaya 100% dengan konten BM tersebut karena kontak di BB nya tidak mencapai 25 seperti yang diperintahkan untuk menyebarkan BM tersebut ke 25 orang.

BM terakhir yang diperlihatkan adalah tentang Progesterex yang merupakan obat berbahaya bagi wanita jika meminum minuman yang mengandung obat ini. Informan mengatakan bahwa ia pernah mendengar tentang BM ini dan juga beberapa kali menjadi bahan pembicaraan teman-temannya. Menurut informan, BM tersebut benar walaupun ia jarang mendengar nama Progesterex.

Sikap informan setelah membaca empat *broadcast message* tersebut, informan merasa takut, tetapi juga tetap mengkonfirmasi kepada orang lain, dalam hal ini adalah majikan yang menurutnya lebih mengerti. Selain majikan, informan juga menanyakan kebenaran BM tersebut ke orang yang mengirimkan BM tersebut kepadanya.

Jika percaya dengan sebuah BM dan menurutnya BM yang ia terima adalah informasi penting dan bermanfaat bagi orang lain, maka akan langsung ia sebarkan kembali BM yang ia terima.

5.2 Informan 2 : MRN, Perempuan (Asisten Rumah Tangga *Expatriat*)

5.2.1 Latar Belakang Informan

Informan asal Purworejo yang berprofesi sebagai asisten (pembantu) rumah tangga keluarga *expatriat* di daerah Jakarta Pusat ini sudah menjadi orang kepercayaan keluarga dalam mengurus rumah.

“Saya udah lama kerja di Jakarta Neng. Yah kira-kira 15 tahun lah saya nyari duit di sini tapi yang penealing lama ya kerja di rumah ini soalnya di sini orangnya baik-baik, mereka udh nganggep saya keluarga jadi saya betah”

Janda yang suaminya meninggal ini sudah terbiasa berbicara bahasa asing dengan keluarga *expatriat* dari Jerman tersebut walaupun ia mengaku awalnya sulit.

“Pertamanya saya mikir lagi Neng takut ngga kuat kan, tapi akhirnya saya mau kerja di sini soalnya majikannya ternyata baik banget Neng sama saya terus mereka juga bisa bahasa Indonesia ternyata”

Ibu satu anak ini berhasil membiayai anaknya hingga jenjang pendidikan yang cukup tinggi dengan jerih payahnya berjuang dengan gigih agar anaknya tidak hanya sampai kelas 1 SMP seperti ibunya.

“Suami saya udah ngga ada Neng, ini semuanya buat anak saya supaya dia ngga kayak saya cuma sampe kelas 1 SMP gara-gara ngga punya duit. Sekarang anak saya udah setahun kuliah Neng.”

Walaupun usianya tidak terlalu muda, informan ternyata memiliki Blackberry. Ia mengaku membeli BB mencicil dari majikannya yang sudah tidak terpakai.

“Oh kalo Blackberry saya nyicil sama majikan saya, ini kan dulu BB majikan tapi udah ngga kepake gara-gara mau beli baru. Waktu ngeliat mereka pake BB saya emang penasaran sebenarnya BB itu telepon apa sih”

Informan juga mengaku ingin memiliki BB selain penasaran, karena melihat majikan dan pembantu di rumah tetangga menggunakan BB. Sejak memiliki BB, informan merasa lebih pintar karena lulusan SD tetapi dapat mengoperasikan Blackberry.

“Pertamanya mah Neng kan saya cuman penasaran kok kayaknya orang-orang yang saya liat pake BB pintar gitu Neng hebat. majikan saya kan pake juga, udah gitu temen saya pembantu punya BB juga jadi saya tambah pengen”

Setelah memiliki BB, informan mengaku bahwa ketika mengoperasikan BB, ia lebih sering menggunakan *Blackberry Messenger* (BBM) dan *Broadcast Message* (BM) karena dua fitur itu yang paling ia pahami.

“Saya kalo pake BB tuh yang paling sering cuman BBM sama *broadcast* aja soalnya yang paling saya tau cuman itu aja. Yang dipake juga cuman itu aja, kalo yang lain ribet dah Neng”

5.2.2 Pendapat Informan Tentang Pengertian Broadcast Message

Saat ditanya pendapat tentang *broadcast message*, menurut informan *broadcast message* adalah berita yang disebar melalui BB dengan konteks berita yang beragam dan bermanfaat untuk orang banyak

“Kalo kata saya sih *broadcast* itu ya... berita gitu ya Neng tapi disebar di BB jadi ngga ada gambarnya kayak di TV. Terus beritanya juga macem-macem jadi ada manfaatnya gitu buat kita-kita”

Berita macam-macam menurut informan adalah berita yang kontennya positif, negatif, humor, dan *hoaks*.

“*Broadcast*-nya isinya bagus yang ngasih tahu berita seneng sama bisa buat banyak orang kayak misalnya tentang yang operasi massal gratis, lowongan kerja, acara musik. Kalo yang ngga bagus tu bikin takut, bikin khawatir kayak tentang penculikan, kecelakaan, narkoba. Humor yang lucu-lucu, *hoaks* isinya gosip gitu aja Mba”

Jika dibuat perbandingan, informan lebih sering menerima BM daripada BBM karena sebenarnya ia tidak terlalu senang berlama-lama mengetik di

handphone, lebih baik telepon atau baca berita yang di-*broadcast* oleh keluarga majikan atau teman.

“Sebenarnya saya ngga suka kalo ngetik, makanya saya kalo BBM cuman singkat-singkat aja. Lebih enak telepon atau ngga ya baca-baca berita-berita di *broadcast* itu terus tinggal saya *copy paste* deh”

Menurut informan, *broadcast message* sangat baik karena informan menjadi lebih banyak mendapatkan ilmu.

“Pokoknya ya Neng, *broadcast* itu bagus buat saya soalnya kalo saya dapet BM baru berarti saya nambah ilmunya kan jadi nambah juga tau nya jadi ngga ketinggalan berita gitu”

Broadcast message bagus untuk informan walaupun konten beritanya negatif dan belum tentu benar karena akan tetap menambah ilmu pengetahuan bagi informan.

“Iya dong Neng walopun BM nya ngga bagus, bikin takut atau ngga cemas itu tetep nambah ilmu buat saya. Iyalah kan saya jadi tahu Mba walopun jadi takut tapi kalo saya tau kan lebih enak.”

5.2.3 Pandangan/Pemaknaan Informan Terhadap Isi Pesan di *Broadcast Message* yang Dapat Menimbulkan Kecemasan dan Kebingungan

Untuk *broadcast message* yang konten beritanya dapat menimbulkan kecemasan dan kebingungan tidak jarang diterima oleh informan.

“Iya kalo yang bikin takut, khawatir sering juga Neng. Malah lebih sering itu daripada yang bagus tapi ngga apa-apa biar lebih tahu”

Ketika dapat *broadcast* yang membuat takut atau cemas, awalnya ia percaya, tetapi informan tetap bertanya kepada majikan dan anak kandungnya yang sedang kuliah di Bandung.

“Pertamanya sih saya percaya Neng, tetapi kalau saya tertarik sama BM itu, saya juga nanya ke majikan sama anak saya. Kalo saya ngga bisa nanya mereka, ya saya tanya ke temen-temen di BB itu”

Ketika diperlihatkan tiga *broadcast* yang berisi akan adanya demonstrasi besar-besaran untuk menggulingkan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono pada 23 Oktober 2011 seperti yang terjadi pada Mantan Presiden Soeharto, Mei 1998, informan percaya dengan pemberitaan di *broadcast message* itu.

“Kalau yang ini saya juga pernah dapet Neng tapi cuman yang kedua sama ketiga. Waktu itu saya percaya banget Neng, sampe saya cerita ke ibu terus saya bilang ke ibu hari itu ngga usah kemana-mana takut ada apa-apa nanti di jalanan”

Informan percaya dengan *broadcast* itu karena di awal *broadcast message* tercantum nama surat kabar besar yang dapat dipercaya, yaitu Kompas.

“Iyalah Neng, kan ada tulisannya tuh “Pemberitaan Kompas”, pasti orang-orang juga kalo baca langsung percaya soalnya Kompas kan udah dari dulu berita-beritanya bisa dipercaya kan?”

Selain karena Kompas, informan percaya karena ia sempat bertanya kepada anak dan majikannya. Mereka pun mempercayai berita tersebut, karena pemberitaan Kompas dan menurut mereka demonstrasi besar-besaran mungkin saja terjadi karena memang banyak masyarakat yang mulai protes dengan pemerintahan SBY.

“Saya sebenarnya juga nanya anak saya sama majikan juga tentang BM ini, kalo kata anak saya sih ini beneran soalnya ya sama gara-gara pemberitaan Kompas udah gitu BM nya ngga cum a satu. Menurut majikan saya inibener karena Kompas”

Walaupun hanya bertanya kepada anak dan majikannya, informan percaya karena menurutnya sang anak adalah mahasiswa dan pasti memiliki ilmu dan pengetahuan lebih banyak. Informan sudah cukup lama bekerja dengan majikannya sehingga ia tidak ragu sedikitpun.

“Iyalah Mba, walopun nanyanya cuma ke anak sama majikan saya, saya yakin percaya. Soalnya anak saya kuliah, dia ngga ketinggalan berita. Terus kalo majikan, saya kan udah lumayan lama kerja di sini”

Oleh karena itu informan tidak lagi mencari tahu ke orang lain atau media lain, misalnya polisi, teman-temannya, surat kabar lain atau internet.

“Ngga, saya emang ngga nanya-nanya lagi sih Mba soalnya saya pikir anak sama majikan saya pasti lebih ngerti. Kalau nanya ke polisi mah males, ribet terus dicurigain lagi. Kalo koran lain ngga soalnya Kompas lebih bagus. Kalo internet mah ngga lah, saya kan ngga ngerti”

Selain *broadcast* tentang demonstrasi besar-besaran, ada *broadcast* tentang narkoba jenis baru, Strawberry Quick, Strawberry Meth, Narkoba Crystal seperti permen Pop Rock yang beredar di lingkungan sekolah. Informan pernah mendapat *broadcast* tentang ini dan awalnya mempercayai berita tersebut.

“Iya saya udah pernah nih Neng dapet BM kayak gini. Saya sih percaya aja Neng tapi saya sempet nanya-nanya sih ke majikan sama anak saya lagi, terus juga ke temen-temen

saya yang punya anak SD soalnya ini saya juga dapet BM ini dari temen yang anaknya masih SD”

Ketika itu informan percaya karena di *broadcast* itu disebutkan nama sekolah, jenis narkoba, bentuk dan nama rumah sakit tempat korban diperiksa. Saat itu informan mengaku bahwa *broadcast message* seperti ini sebenarnya tidak terlalu berpengaruh kepadanya karena ia tidak punya anak SD.

“Percaya soalnya kan disebutin nama sekolah, jenis narkoba, bentuknya kayak gimana, sama nama rumah sakit anak yang diperiksa abis makan itu. Sebenarnya sih BM ini ngga terlalu pengaruh sama saya, saya juga ngga punya anak SD tapi kalo benar, ini penting buat ibu-ibu yang punya anakSD”

Majikan dan anaknya juga percaya dengan *broadcast* tersebut karena mereka juga pernah mendengar berita bahwa narkoba juga sudah sampai di sekolah dasar dan murid-murid SD sehingga mereka percaya saja dengan *broadcast* tersebut.

“Iya majikan sama anak saya percaya Neng soalnya mereka juga pernah denger kalo sekarang tuh narkoba emang udah sampe ke sekolahan SD. Udah gitu kata mereka juga di BM itu kan dikasih tahu jenis sama bentuknya”

Selanjutnya adalah *broadcast* tentang nomor *handphone* berwarna merah jangankan diangkat karena sedang mencari tumbal. Jika *broadcast* ini tidak disebarkan maka ibu kita yang akan jadi korbannya. Ketika BM ini diperlihatkan ke informan, ia terlihat biasa-biasa saja. Bagi informan, *broadcast* ini tidak berpengaruh terhadapnya karena ibunya sudah meninggal lima tahun yang lalu.

“Oh ini, saya pernah dapet yang ini Neng. Lagian juga ngga ngaruh sama saya kan ibu saya udah ngga ada dari lima tahun yang lalu. Tapi kalo ini emang bener, jahat banget berarti tu orang yang pake nomor ini”

Ketika dapat *broadcast* ini informan percaya, tetapi setelah selesai membaca hingga akhir, informan mulai tidak percaya karena ibunya sudah meninggal dan ketika ditanyakan ke anaknya, sang anak memberitahukan untuk tidak perlu mempercayai *broadcast message* tersebut karena ia merasa itu tidak mungkin, anaknya pun sudah pernah mendengar dari teman kampusnya bahwa BM itu tidak benar.

“Waktu pertama baca, saya emang percaya yapi pas baca sampe abis, saya jadi ngga percaya soalnya ya ibu saya udah meninggal, udah gitu pas nannya ke anak saya, dia bilang ngga usah percaya”

Selain itu, informan merasa selama ini tidak pernah ada nomor telepon dari nomor itu, tetapi kalau tiba-tiba ia dapat telepon dari nomor itu, informan menolak.

“Saya sih ngga pernah dapet telepon dari nomor ini, jadi biarin aja. Tapi kalo tiba-tiba nomor ini telepon ya ngga saya angkat, males. Mending saya *reject* aja lah”

Setelah ditegaskan kembali setelah bertanya ke anaknya, informan tidak percaya dengan *broadcast message* tersebut.

“Iya Neng, saya sekarang ngga percaya sama isi BM ini. Biarin aja lah, ntar lama-lama juga ilang sendiri”

Broadcast terakhir yang dapat menimbulkan kecemasan adalah tentang obat yang dipakai pemekorsa untuk menetralsir korban agar tidak sadar diri dan tidak hamil, yaitu Progesterex. Ketika membaca nama Progesterex, informan mengaku pernah mendapat *broadcast* tersebut dan terlihat tidak familiar dengan nama itu tetapi setelah selesai membaca ia terlihat agak bingung dan takut.

“Iya saya pernah dapet *broadcast* yang ini Neng, saya sebenarnya ngga ngerti sama namanya tapi serem banget sama berita pemerkosaan itu ya. Parah banget itu penjahatnya”

Informan dari awal memang agak percaya walaupun tidak familiar dengan nama itu, tetapi ia tetap bertanya-tanya terlebih dahulu ke majikan dan anaknya.

“Emang pertamanya saya agak percaya sih, tapi saya tetep nanya lagi ke majikan dan anak saya. Majikan saya bilang, dia juga belum pernah denger nama itu, tapi mungkin itu emang bener. Kalo kata anak saya sih mungkin juga soalnya namanya itu kayak nama obat-obat gitu”

Kemudian informan bertanya ke teman yang mengirimkan *broadcast* tersebut agar lebih jelas. Kemudian temannya membenarkan *broadcast* itu, ia tahu dari temannya yang juga mengirim *broadcast* kepadanya. Sehingga informan lebih percaya.

“Saya juga nanya ke temen yang ngirim itu ke saya Neng, temen saya itu bilang bener soalnya dia juga nanya ke temennya, terus temennya bilang ia itu bener obat yang sering dipake pemerkosa dicampur ke minuman”

Setelah membaca keseluruhan *broadcast* tersebut, informan tidak berani lagi kalau harus pergi ke luar sendiri dan ia tidak akan menerima minuman dari orang yang tidak ia kenal sama sekali.

“Haduh pokoknya kalau nanti saya harus ke luar rumah, saya ngga mau sendiri ah kalau bisa ada yang nemenin, terus mulai sekarang kalau ada yang nawarin minuman gratis ke saya, ngga akan saya terima apalagi orang ngga dikenal”

5.2.4 Sikap Informan Dalam Menanggapi dan Merespon Isi *Broadcast Message* yang Dapat Menimbulkan Kecemasan dan Kebingungan

Bagi informan, *broadcast message* yang ia terima sebenarnya bermanfaat terutama bagi dirinya sendiri untuk menambah ilmu. Semua hal yang bermanfaat bagi dirinya pasti bermanfaat bagi orang lain jadi ia pasti akan menyebarkan kembali BM tersebut.

“Buat saya ya Neng, kebanyakan *broadcast* yang saya dapet tu bermanfaat untuk saya, jadi kalo untuk saya aja bermanfaat, apalagi untuk orang lain jadi abis itu pasti saya sebar ke yang lain di BB saya.”

Informan mengaku memang tidak semua *broadcast* ia kirimkan, untuk BM *hoaks*, ia tidak pernah mengirimkannya lagi di *broadcast message*.

“Sebenarnya ngga semua BM juga saya sebar lagi. Yang ngga saya sebar itu ya yang *hoaks*, kan sebenarnya ngga bermanfaat buat orang lain”

Menurut informan, BM *hoaks* itu adalah BM yang kontennya ngga jelas, biasanya seperti gosip dan beritanya tidak mencul di TV.

“BM *hoaks* itu ya yang ngga jelas gitu, kayak gosip gitu. Biasanya sih di BM itu ngga ada sumber atau ngga nyebutin infonya jelas. Biasanya kalau bukan *hoaks* tuh ada sumbernya media nya apa atau berita bisa dilihat di website apa”

Sikap yang dilakukan informan ketika mendapat *broadcast* tentang akan ada demonstrasi besar-besaran seperti tragedi Mei 1998, setelah bertanya ke majikan dan anaknya, iya yakin dan langsung menyebarkan *broadcast* tersebut ke teman-temannya di BB dan juga SMS.

“Ini kan udah ketauan beritanya dari mana. Saya juga udah nanya sama majikan dan anak saya, mereka mikir juga BM

itu bener, jadi langsung saya sebar *broadcast*-nya ke temen-temen saya yang perempuan, tapi ngga cuman di BB”

Ketika ditanya kembali tentang respon terhadap berita itu, ia tetap pada pendiriannya walaupun itu belum tentu terjadi dan ia merasa kalau itu bukan *hoaks*.

“Iya sih emang belum tentu, tapi saya yakin itu bukan *hoaks* Neng, soalnya itu Kompas lho yang beritain jadi harus hati-hati juga, udah gitu anak sama majikan saya juga bilang itu bener jadi ya saya tambah yakin”

Informan takut dan cemas meminta majikannya untuk tidak pergi kemana-mana tanggal 23 Oktober 2011 agar tidak terjadi sesuatu.

“Sebenarnya saya takut juga tu Neng waktu itu, akhirnya saya bilang ke majikan saya supaya ngga pergi kemana-mana pas tanggal 23 itu, nanti takutnya ada apa-apa jadi mending di rumah aja”

Karena percaya, informan menyebarkan BM itu ke kontak di BB nya.

“Iya Neng disebarin, abis saya juga khawatir”

Untuk *broadcast* tentang narkoba jenis baru yang beredar di sekolah, informan juga langsung menyebarkan *broadcast message* tersebut walaupun anaknya sudah besar, tapi menurutnya ini sangat penting untuk orang lain terutama adiknya yang memiliki anak SD.

“Yah ngga ada salahnya kan kalo disebarin, walaupun anak saya udah gede saya tetep takut, lagi juga saya punya ponakan yang masih SD seneng jajan lagi, daripada nanti kenapa-kenapa, mending dari sekarang dikasih tau”

Informan sebenarnya tidak langsung menyebarkan *broadcast message* tersebut sampai merasa yakin kalau BM itu memang benar. Ia tetap bertanya dulu

ke anak dan majikannya. Majikan dan anaknya sebenarnya percaya dengan BM tersebut.

“Waktu itu emang saya juga ngga langsung nyebarin, ya kayak biasa, saya pasti nanya dulu ke anak sama majikan saya. Mereka juga percaya sama BM itu soalnya menurut mereka di situ kan ada nama jenis narkobanya, ada bentuk narkobanya terus juga nama rumah sakitnya.”

Membaca *broadcast* tentang nomor *handphone* berwarna merah, informan terlihat tidak terlalu terkejut dan bingung. Hal ini tidak berpengaruh baginya, tetapi jika ia mendapatkan *broadcast* itu, ia tetap akan menyebarkan menyebarkan walaupun sebenarnya kontak di BB nya tidak sampai 25 orang, bukan karena takut melainkan agar orang lain itu dan hati-hati.

“Kayak yang tadi itu Neng, saya sebenarnya ngga terlalu terpengaruh karena ibu saya udah ngga ada tapi kalau saya dapet ya saya sebarin lagi aja walopun orang-orang di BB saya ngga sampe 25, soalnya udah ada korbannya juga ya”

Anak informan pun berkomentar bahwa nomor itu tidak benar dan sumbernya tidak jelas, sehingga ia tidak percaya dengan berita tersebut.

“Iya anak saya juga bilang kalo BM ini ngga bener, anak saya juga pernah denger dari temen kampusnya kalo nomor ini ngga bener jadi mendingan ngga usah percaya”

Oleh karena itu, informan tidak menyebarkan *broadcast message* ke teman-temannya, tetapi ia mengaku kalau tiba-tiba nomor merah itu menelepon, tidak akan ia angkat.

“Nah, waktu anak saya bilang gitu, ya saya percaya, jadi saya juga ngga nyebar BM itu ke orang lain. Terus kalo misalnya nomor telepon itu beneran, ngga saya angkat, langsung di *reject* aja”

Sikap informan terhadap *broadcast* terakhir tentang obat Progesterex agak percaya walaupun ia tidak terlalu sering mendengar nama obat itu. Setelah membaca *broadcast* sampai selesai, ia menanyakan hal itu ke anak dan majikannya.

“Awalnya saya emang agak percaya Neng pas baca BM ini, saya langsung khawatir soalnya ini kalo beneran ya para juga. Apalagi untuk cewek-cewek. Abis baca BM ini, saya kayak biasa pasti nanya anak dan majikan saya solanya ini BM yang penting buat orang lain, terutama cewek-cewek”

Anak dan majikan informan pun percaya dengan *broadcast* tersebut, tetapi informan kurang yakin, sehingga ia bertanya ke teman-teman yang menerima *broadcast* itu. Teman-teman informan mengatakan bahwa Progesterex memang obat yang dicampurkan ke minuman oleh pemerkosa yang nantinya minuman itu diminum oleh korban.

“Anak saya bilang kemungkinan bener soalnya itu nama obat. Sebenarnya saya masih kurang yakin, jadi saya Tanya aja ke temen saya yang kirim sama yang pernah dapet BM ini, ada yang bilang kalo emang bener obat itu emang dipake pemerkosa untuk dicampurin ke minuman”

Setelah bertanya dan merasa yakin dengan penjelasan temannya, informan tidak ragu untuk mulai menyebarkan *broadcast* tentang Progesterex ke teman lain, khususnya teman wanita.

“Saya kan juga wanita terus ibu juga, jadi karena udah jelas gini mah pasti saya sebarin langsung supaya cewek-cewek yang lain bisa hati-hati sama orang yang ngga dikenal terutama laki-laki”

5.2.5 Manfaat dan Kerugian Memiliki Blackberry Bagi Informan

Manfaat Blackberry bagi informan sebenarnya hampir sama dengan telepon genggam lainnya, tapi yang paling utama karena ada *broadcast message* adalah menambah pengetahuan.

“Buat saya manfaat BB itu ya ampир sama kayak *handphone* lain sebenarnya, cuman karena ada BM, saya bisa dapet pengetahuan berita-berita gitu. Udah gitu kan kalo BM gratis ngga pake pulsa kayak SMS”

Kerugian Blackberry bagi informan adalah lebih kepada harus membeli paket dan terkadang kalau sudah terlalu asyik melihat *broadcast message* atau *blackberry messenger*, bisa sampai lupa dengan sekitar.

“Kalau ruginya sih harus beli paket aja ya sama itu tu kalo saya udah keasyikan liat BM sama BBM, pasti suka lupa sama sekitar saya, tapi itu kayaknya ngga Cuma saya ya, pasti kebanyakan orang juga gitu, Neng juga pasti.”

Analisis :

Berdasarkan wawancara mendalam dengan informan MRN, dapat diketahui bahwa keinginan memiliki Blackberry (BB) awalnya karena penasaran, kemudian melihat majikan menggunakan BB sepertinya terlihat pintar. Ketika melihat teman-temannya menggunakan BB, keinginannya untuk segera memiliki semakin besar. Selain itu, dengan menggunakan BB ia merasa terlihat lebih pintar karena hanya lulusan SD, tetapi dapat mengoperasikan Blackberry

Informan berpendapat bahwa BM adalah berita yang disebar melalui Blackberry dengan konteks berita yang beragam dan bermanfaat untuk orang banyak dan membuat informan mendapatkan ilmu lebih banyak walaupun beritanya belum tentu benar. Bagi saudari MRN, konten BM itu sendiri berisi berita positif, negatif, humor, dan *hoaks*. Informan merupakan pengguna BB yang lebih sering menerima *broadcast message* daripada BBM karena ia bukan orang yang enang berlama-lama mengetik di *handphone*.

Ia tidak jarang menerima BM yang menimbulkan kecemasan. Ketika mendapatkan BM tersebut, awalnya ia bisa saja percaya, tetapi informan akan selalu menanyakan kepada majikan dan anaknya, seorang mahasiswa. Informan diperlihatkan BM tentang akan ada demonstrasi besar-besaran pada 23 Oktober 2012 seperti tragedi Mei 1998 sehingga bagi perempuan harus hati-hati jika ingin keluar rumah.

Setelah membaca BM itu, ia percaya karena di awal *broadcast message* tercantum nama surat kabar besar yang dapat dipercaya pemberitaannya, Kompas. Selain karena pemberitaan Kompas, informan semakin percaya karena ia juga bertanya kepada anak dan majikannya. Anak dan majikannya memang mempercayai BM berita tersebut karena Kompas dan juga menurut mereka demonstrasi besar-besaran untuk menggulingkan SBY mungkin saja terjadi karena banyak masyarakat yang protes dengan pemberintahan saat ini.

Informan mempercayai pendapat anaknya karena anaknya adalah seorang mahasiswa yang sudah pasti memiliki ilmu dan pengetahuan lebih banyak dan ia sudah lama bekerja dengan majikannya, sehingga ia tidak ragu sedikit pun. Konfirmasi yang dilakukan sebelumnya membuat informan tidak mencari tahu tentang BM tersebut ke sorang atau media lain, seperti polisi, teman-teman, surat kabar lain dan internet.

Selain BM kecemasan tentang demonstrasi besar-besaran, informan juga diperlihatkan BM lain yang dapat menimbulkan kecemasan, seperti Narkoba di SD, jangan terima telepon dari no. 087877334352, dan progesterex. Untuk BM tentang narkoba di SD, informan pernah mendapat BM tersebut dan awalnya percaya dengan beritanya.

Informan percaya karena di BM tersebut dicantumkan jenis dan bentuk narkoba, nama sekolah, dan rumah sakit tempat korban diperiksa. Informan percaya, tetapi berita ini tidak berpengaruh baginya karena ia tidak memiliki anak yang masih SD. Majikan dan anaknya pernah mendengar berita bahwa narkoba sudah sampai SD, sehingga mereka percaya.

Untuk BM nomor telepon 087877334352, informan pernah menerima BM ini, tetapi BM itu tidak berpengaruh kepadanya. Pada awalnya, informan percaya

dengan BM tersebut, tetapi setelah membaca hingga selesai, informan menjadi tidak percaya karena orang tua informan sudah meninggal. Selain itu, ia juga tidak percaya karena anaknya sudah pernah mendengar dari teman kampusnya bahwa BM itu tidak benar. Selama ini informan juga tidak pernah mendapat telepon dari nomor tersebut, jika ada pun akan segera ditolak.

BM terakhir yang diperlihatkan adalah tentang Progesterex yang merupakan obat berbahaya bagi wanita jika meminum minuman yang mengandung obat ini. Informan mengatakan bahwa ia pernah menerima BM ini. Menurut informan, BM tersebut benar walaupun ia tidak familiar dengan nama Progesterex. Informan juga mengkonfirmasi BM ini ke temannya yang mengirimkan BM tersebut. Teman informan pun membenarkan berita itu karena ia sudah melakukan konfirmasi ke temannya yang mengirimkan BM itu kepadanya, sehingga informan menjadi lebih percaya. Informan mengaku tidak berani jikan harus keluar rumah sendiri.

Sikap informan setelah membaca empat *broadcast message* tersebut, informan merasa takut, tetapi juga tetap mengkonfirmasi kepada orang lain, dalam hal ini adalah majikan dan anaknya yang menurutnya lebih mengerti dan memiliki pengetahuan lebih baik. Selain majikan dan anak, informan juga mengkonfirmasi kebenaran BM tersebut ke orang yang mengirimkannya.

Jika menurutnya BM yang ia terima adalah informasi penting dan bermanfaat bagi orang lain, maka akan langsung ia sebarkan kembali BM yang iya terima. Untuk BM yang berisi *hoaks*, tidak pernah ia sebarkan karena menurutnya *hoaks* adalah BM gosip.

5.3 Informan 3 : MM, Perempuan (Pedagang Sayur Keliling)

Kalau ruginya sih harus beli paket aja ya sama itu tu kalo saya udah keasyikan liat BM sama BBM, pasti suka lupa sama sekitar saya, tapi itu kayaknya ngga Cuma saya ya, pasti kebanyakan orang juga gitu, Neng juga pasti gitu

5.3.1 Latar Belakang Informan

Informan asal Tegal yang berprofesi sebagai pedagang sayur gerobak di Bekasi ini sudah tujuh tahun menjalani profesi yang sudah ia jalankan sejak pindah ke Jakarta tahun 2004. Pada 2008 iya dan suaminya memutuskan untuk pindah ke daerah Bekasi karena kontrakkan rumah sudah selesai.

“Saya sih udah dari tahun 2004 pindah ke Jakarta. Terus tahun 2008, saya, suami saya sama satu anak saya waktu itu baru satu tahun pindah nyari kontrakan di Bekasi soalnya kontrakan di Jakarta udah selesai waktunya”

Wanita yang hanya mengenyam pendidikan hingga kelas 2 SMP ini tidak sempat mengenyam bangku SMA karena keterbatasan ekonomi keluarga. Setelah putus sekolah, informan membantu keluarga berjualan sayur mengelilingi desa tempat tinggalnya. Sampai akhirnya ia berkeluarga dan mengadu nasib dengan berjualan sayur di Jakarta.

“Iya mba dulu saya sekolah cuma sampe kelas 2 SMP, habis itu bantu orang tua jualan sayur di kampung. Ya sampai akhirnya setelah nikah saya nekat ke Jakarta untuk kerja terus di Jakarta saya bekerja juga sebagai tukang sayur keliling”

Dari bekerja selama tujuh tahun ini informan dan keluarga kecilnya sedikit-demi sedikit mengumpulkan uang sebagai tabungan jika suatu saat nanti dibutuhkan. Sampai akhirnya informan bisa membeli Blackberry walaupun *second* (bekas).

“Tiba-tiba delapan bulan yang lalu ada beberapa ibu yang nyuruh saya pake BB karena mereka pengen pesen sayuran sama lauk jadi kalo pas saya dateng ke sana mereka tinggal ambil terus bayar.”

Informan mempelajari cara menggunakan BB di rumah dengan suaminya. Setelah mulai lancar dan memahami penggunaan Blackberry, ia selalu membawa

smartphone itu ketika sedang berkeliling menjajakkan makanan. Ibu-ibu sudah mulai sering memesan sayuran atau lauk yang ingin dibeli lewat *Blackberry Messenger* (BBM) atau *Broadcast Message* (BM).

“Pertamanya saya bingung gimana pake BB ini, akhirnya saya nyoba-nyoba sama suami saya sampai akhirnya kita ngerti BBM sama BM.”

5.3.2 Pendapat Informan Tentang Pengertian *Broadcast Message*

Saat ditanya pendapat tentang *broadcast message*, menurut informan *broadcast message* adalah *Broadcast Message* itu hampir sama dengan *Blackberry Messenge*, tetapi BM lebih banyak memberikan informasi-informasi yang bervariasi, sedangkan BBM lebih sering untuk berbincang-bincang.

“Kata saya sih BBM sama BM tu ngga beda jauh ya soalnya sama-sama nyampein pesan, tapi BM yang sering saya dapet itu isinya tentang kayak berita. Kalo BBM kan kayak seing buat ngobrol aja gitu”

Setelah menggunakan BB selama beberapa bulan, informan mengaku sering mendapat *broadcast message* dengan konten yang bervariasi dari ibu-ibu dan yang ada di kontak BBM-nya.

“Jadi kalo ngga salah setelah dua bulan pake BB, saya suka sering dapet beberapa BM gitu dari ibu-ibu itu. BM nya itu isinya macem-macem, ada yang lucu, ada yang serem, ada yang ngasih tau informasi gitu”

Tiap hari informan menerima dan menyebarkan *broadcast message* sama banyaknya. Menurutnya BM yang ia terima sebagian besar adalah informasi yang penting dan sangat baik untuk disebarkan kembali.

“Ya setiap hari pasti dapet *broadcast*, biasanya yang paling sering itu ya yang informasi-informasi gitu, kayak misalnya yang tentang komodo itu, tentang penculikan anak kecil, tentang operasi massal gratis, terus biasanya pasti saya sebar lagi”

Menurut informan, *broadcast message* bagus dan cepat dalam menyebarkan informasi apapun yang terjadi sehingga orang-orang tidak tertinggal informasi.

“Kalo kata saya sih BM itu sebenarnya bagus terus cepat untuk nyebarin pesan, jadi orang-orang itu ngga ketinggalan berita terbaru”

Ketika ditanya percaya atau tidak dengan semua *broadcast* yang masuk, informan sebenarnya tidak langsung percaya, ia pasti menanyakan dulu ke suami, kepada yang mengirim *broadcast*, atau pun teman-teman yang ada di kontak BB nya.

“Ya kalo dibilang langsung percaya sih ngga juga, soalnya kan belum tentu bener. Saya kan punya suami, jadi saya pasti nanya minta pendapat dulu sama suami saya atau ngga ya sama ibu-ibu di BB saya soalnya kan biasanya BM itu dari ibu-ibu itu”

5.3.3 Pandangan/Pemaknaan Informan Terhadap Isi Pesan di *Broadcast Message* yang Dapat Menimbulkan Kecemasan dan Kebingungan

Seringnya *broadcast* yang diterima informan, maka tidak sedikit pula *broadcast* yang berisi informasi yang dapat membuat informan pun merasa cemas dan bingung.

“Iya kalo BM tentang yang bikin cemas sama khawatir emang sering juga saya dapet. Kadang-kadang saya juga

jadi panik duluan bacanya padahal bisa aja BM nya salah atau ngga saya yang salah baca”

Pada dasarnya informan belum tentu percaya dengan *broadcast message* yang menimbulkan kecemasan dan kebingungan karena beritanya pun belum tentu benar.

“Saya sih ngga selalu langsung percaya sama BM yang isinya bikin takut atau cemas soalnya kan belum tentu juga isi BM nya bener”

Menurut informan, *broadcast message* yang benar itu adalah yang sumbernya jelas, di *broadcast message* itu disebutkan juga misalnya alamat website atau mungkin nomor telepon.

“Kalo kata saya sih BM yang isinya bener tuh yang sumbernya jelas dari mana, kalo perlu ditulis. Terus juga biasanya yang saya tahu BM yang bener itu yang ada alamat *website*, kalo perlu mungkin nomor telepon yang bisa dihubungi”

Saat peneliti memperlihatkan tiga versi *broadcast message* tentang akan adanya demo besar-besaran untuk menggulingkan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono yang akan dilakukan seperti tragedi Mei 1998, informan spontan berteriak pelan menandakan ia juga pernah mendapat *broadcast* yang sama.

“Nah ini dia ni Mba, saya pernah nih dapet BM ini sama banget lagi dapet tiga juga. Tau ngga Mba, pas abis dapet BM itu, saya sama suami langsung bingung, beneran apa ngga ya? Tapi tadi kita liat di atas kan ada tulisan “Pemberitaan di Kompas”

Informan percaya dengan *broadcast* itu karena di awal *broadcast message* tercantum nama surat kabar besar yang dapat dipercaya, yaitu Kompas.

“Kan ada tulisannya tuh “Pemberitaan Kompas”, jadi kayaknya kalau *hoaks* juga ngga mungkin deh, masa kompas nyebar kabar *hoaks*? Udah gitu yang versi ketiga itu ada tulisan dapet kabar dari anggota Paspampres dan Ketua Vihara Padumuttara, Tangerang”

Setelah membaca tiga versi itu informan sempat terkejut, tetapi ia menanyakan hal itu kepada suaminya dan teman di BB yang sebenarnya adalah ibu-ibu yang merupakan pelanggannya.

“Saya emang kaget pas pertama baca tiga BM ini, tapi abis baca semuanya, saya tanya dulu ke suami saya, menurutnya *broadcast* ini benar karena ada tulisan “Pemberitaan di Kompas”. Saya juga nanya ke ibu-ibu dan juga yang kirim BM ini, mereka percaya dan sempet takut”

Broadcast message demonstrasi besar-besaran ini ternyata tidak terjadi pada tanggal 23 tersebut, informan merasa agak kesal. Ia merasa dibohongi karena di BM itu tertulis Kompas.

“Iya ternyata tanggal 23 itu ngga ada apa-apa. Agak kesal juga sih saya soalnya itu kan bikin takut terus ngga bisa kemana-mana juga. Kompas tuh bohong ya? Padahal dia kan koran besar dan dipercaya”

Sejak itu, informan tidak ingin langsung percaya ke satu media, harusnya cek juga ke media lain.

“Karena ternyata ngga ada demo-demo itu, harusnya saya jangan percaya dulu ya, mana udah di sebar lagi BM nya ke yang lain. Tapi ya udahlah”

Selain *broadcast* tentang demonstrasi besar-besaran, ada *broadcast* tentang narkoba jenis baru, Strawberry Quick, Strawberry Meth, Narkoba Crystal seperti

permen Pop Rock yang beredar di lingkungan sekolah. Informan juga sudah pernah mendapat *broadcast* tentang narkoba ini.

“Saya juga pernah nih dapet *broadcast* tentang narkoba ini. Saya tu kan kalau udah ada hubungannya sama anak pasti langsung kasih tahu ke suami. Sebenarnya sih belum ngaruh banget ke anak saya, nah *broadcast* ini penting banget buat yang punya anak SD”

Informan tidak langsung percaya tentang *broadcast* ini, ia pun menanyakan ke suaminya dan ibu-ibu yang mengirimkan *broadcast* tersebut. Tidak hanya itu, informan pun membicarakan ini di grup BB yang beranggotakan ibu-ibu pelanggan sayur informan.

“Saya ngga langsung percaya juga sih, takutnya kayak yang demo itu. Makanya saya tanya dulu ke suami, nanya juga ke ibu-ibu. Udah gitu ngomongin ini juga di grup BB jadi biar lebih banyak infonya. Ibu-ibu kan pasti lebih ngerti”

Dari pembicaraan informan dengan ibu-ibu di grup BB, bahwa informan percaya dengan *broadcast message* tersebut, walaupun tidak terlalu berpengaruh untuk dia karena anaknya masih berumur satu tahun tapi ia akan tetap menyebarkan BM tersebut untuk temannya yang memiliki anak SD.

“Abis ngobrol di grup sama ibu-ibu tentang narkoba itu, saya sih percaya aja walaupun ngga terlalu berpengaruh soalnya anak saya masih satu tahun. Tapi saya tetep nyebarin BM ini ke teman lain yang emang punya anak SD.

Selanjutnya adalah *broadcast* tentang nomor *handphone* berwarna merah jangam diangkat karena sedang mencari tumbal. Jika *broadcast* ini tidak disebar maka ibu kita yang akan jadi korbannya. Ketika BM ini diperlihatkan ke informan, ia terlihat biasa-biasa saja. Awalnya informan percaya, tapi setelah

bertanya kepada suaminya, bagi informan, *broadcast* ini tidak berpengaruh terhadapnya karena ia sama sekali tidak percaya karena menurut suaminya tidak jelas sumber informasinya dan kontak di BB informan pun tidak sampai 25 orang.

“Sebenarnya saya udah sempet baca BM yang ini, awalnya sih saya percaya soalnya kan ada tempat sama jumlah korbannya tapi pas saya ceritain ke suami, saya malah ngga percaya sama sekali. Kata suami itu ngga mungkin, jadi saya udah ngga peduli”

Broadcast terakhir yang dapat menimbulkan kecemasan adalah tentang obat yang dipakai pemekorsa untuk menetralsisir korban agar tidak sadar diri dan tidak hamil, yaitu Progesterex. Ketika membaca nama Progesterex, informan mengaku belum pernah mendapat *broadcast* tersebut, tetapi terlihat kaget.

“Ya ampun, saya baru baca ni Mba yang ini. Aduh kok serem banget ya, bisa bikin sampe ngga bisa hamil gitu lagi. Ini *broadcast* penting banget Mba buat cewek-cewek terutama biar lebih hati-hati.”

Informan terlihat percaya walaupun akhirnya ia tetap mengatakan kalau ia akan tetap bertanya sama suaminya atau ibu-ibu di kontak BB nya.

“Kalo kayak gini kayaknya bener ya Mba, saya kayaknya pernah dengaer nama obatnya tapi belum tau sih obat buat apa. Tapi saya tetap bakal nanya dulu sama suami dan ibu-ibu komplek itu di grup”

5.3.4 Sikap Informan Dalam Menanggapi dan Merespon Isi *Broadcast Message* yang Dapat Menimbulkan Kecemasan dan Kebingungan

Menurut informan, *broadcast message* bagus dan cepat dalam menyebarkan informasi apapun yang terjadi sehingga orang-orang tidak tertinggal informasi. Jika menurut informan, *broadcast* yang ia terima memang bagus dan berguna bagi orang lain, informan akan menyebarkan kembali.

“Selama ini sih *broadcast* yang saya dapet itu kebanyakan informasi jadi pasti bermanfaat bagi orang lain jadi sudah pasti akan saya sebarkan kembali. “

Sikap yang dilakukan informan ketika mendapat *broadcast* tentang akan ada demonstrasi besar-besaran seperti tragedi Mei 1998 ia langsung menyebarkan kepada seluruh kontak yang di BBM nya

“Iya BM yang ini langsung saya sebarkan lagi karena teman-teman yang lain karena ini pemberitaannya ditulis dari Kompas yang seharusnya dapat dipercaya kebenarannya.”

Ketika ditanya kembali tentang respon terhadap berita itu, ia tetap pada pendiriannya walaupun itu belum tentu terjadi dan ia merasa kalau itu bukan *hoaks*.

“Kerusuhan itu memang belum tentu terjadi, tapi ngga ada salahnya untuk tetap berhati-hati.”

Untuk *broadcast* tentang narkoba jenis baru yang beredar di sekolah, informan terlihat sedikit panik dan langsung menyebarkan *broadcast message* tersebut walaupun anaknya masih berumur satu tahun, tapi menurutnya ini sangat penting untuk orang lain yang memiliki anak SD.

“Walaupun memang belum terlalu terpengaruh bagi anak saya, akan tetap saya sebarkan karena BM ini penting untuk ibu yang memiliki anak SD biar lebih waspada dan mengawasi jajan anaknya. “

Membaca *broadcast* tentang nomor *handphone*, informan terlihat tidak terlalu terkejut. Walaupun awalnya ia percaya, tetapi hal ini sudah tidak

berpengaruh baginya, sehingga ia tidak akan menyebarkan *broadcast* tentang nomor telepon tersebut.

“Waktu saya dapet BM ini awalnya saya memang percaya, tapi waktu saya nanya suami, ini pasti ngga beneran jadi abis suam isaya ngomong kayak gitu, saya ngga sebarin BM ini ke orang lain”

Sikap informan terhadap *broadcast* terakhir tentang obat Progesterex sangat terkejut. Ini baru pertama kalinya ia melihat *broadcast* ini. Ia sangat takut dan akan mengirimkan *broadcast* tersebut ke teman-temannya terutama wanita agar lebih hati-hati jika sedang jalan sendirian.

“Iya kaget banget waktu baca BM ini tadi, serem banget. Kalo yang kayak gini udah pasti akan saya sebarin BM ini terutama yang cewek-cewek biar pada hati-hati terutama kalo ada yang nawarin minuman tapi ngga kenal orangnya”

5.3.5 Manfaat dan Kerugian Memiliki Blackberry Bagi Informan

Manfaat Blackberry bagi informan awalnya sebagai media komunikasi dalam pemesanan bahan makanan dan lauk pauk, tetapi saat ini manfaatnya bertambah menjadi media yang memberikan informasi terutama lewat *broadcast message* (BM).

“Pertamanya sih ya itu tadi Mba, untuk mesen-mesen sayur atau ngga lauk pauk jadi ibu-ibu bisa lebih cepet dapet sama lebih gampang ngurusnya. Sekarang manfaatnya udah bertambah jadi telepon yang ngasih informasi lewat BM”

Kerugian Blackberry bagi informan adalah paket Blackberry yang tidak dapat dibbilang murah.

“Buat saya sih kerugian pake Blackberry paling paket Blackberry yang mahal aja tapi ya itu udah resiko ya kalo mau pake BB.”

Analisis :

Berdasarkan wawancara mendalam dengan informan MM, dapat diketahui bahwa alasan ia memiliki Blackberry (BB) awalnya karena ada beberapa ibu langganannya memintanya menggunakan BB agar mereka dapat memesan sayuran dan lauk pauk yang mereka inginkan melalui BB sehingga ketika informan MM datang, mereka dapat langsung mengambil pesannya.

Informan berpendapat bahwa BM hampir sama dengan BBM, tetapi *broadcast message* lebih banyak memberikan informasi yang bervariasi, sedangkan BBM lebih sering digunakan untuk berbincang-bincang. MM mengaku bahwa BM yang sering ia terima kontennya bervariasi.

Menurutnya sebagian besar BM yang ia terima adalah informasi yang penting dan sangat baik untuk disebar ke orang lain, sehingga ia pun sering menyebarkan BM yang ia terima. Informan juga mengakui bahwa *broadcast* tidak tertinggal informasi.

MM termasuk orang yang tidak langsung percaya dengan BM yang ia terima. Ia pasti mengkonfirmasi dan menanyakan pendapat orang lain mengenai BM yang ia terima. Biasanya ia akan menanyakannya ke suami, orang yang mengirim BM tersebut, atau teman lain yang ada di dalam kontak BB.

Seringnya informan menerima BM, tidak jarang pula ia menerima BM yang menimbulkan kecemasan karena beritanya belum tentu benar. Menurutnya, *broadcast message* yang benar adalah yang sumbernya jelas dan di BM itu dicantumkan alamat *website* atau nomor telepon yang dapat dihubungi.

Informan diperlihatkan BM tentang akan ada demonstrasi besar-besaran pada 23 Oktober 2012 seperti tragedi Mei 1998 sehingga bagi perempuan harus hati-hati jika ingin keluar rumah. Ia pernah mendapatkan BM yang sama.

Ia mengaku percaya dengan berita itu karena terlihat jelas sumbernya, yaitu Kompas. Selain karena pemberitaan Kompas, informan semakin percaya karena ia

juga bertanya kepada suami dan teman di BB yang sebagian besar adalah ibu-ibu yang merupakan pelanggannya. Mereka pun percaya dengan berita tersebut.

Demonstrasi yang disebar melalui BM tersebut tidak terjadi. Informan merasa kesal sehingga sejak saat itu ia tidak langsung percaya jika menerima BM yang mencemaskna seperti itu. Menurutnya, ia juga harus melakukan cek ke media.

Selain BM kecemasan tentang demonstrasi besar-besaran, informan juga diperlihatkan BM lain yang dapat menimbulkan kecemasan, seperti narkoba di SD, jangan terima telepon dari no. 087877334352, dan progesterex. Untuk BM tentang narkoba di SD, informan pernah mendapat BM tersebut dan awalnya percaya dengan beritanya.

Informan pernah menerima BM tentang narkoba ini. Setelah menerima dan membaca BM tersebut, ia langsung mengkonfirmasi ke suami dan ibu-ibu yang mengirimkan BM tersebut. Ia pun membicarakan BM ini di grup. Dari hasil pembicaraan di grup, informan percaya dengan BM tersebut walaypyn sebenarnya belum terlalu berpengaruh pada anaknya yang masih berusia satu tahun. Informan akan tetap menyebarkan BN tersebut ke teman-temannya yang memiliki anak SD.

Untuk BM nomor telepon 087877334352, informan pernah menerima BM ini, tetapi BM itu tidak berpengaruh kepadanya. Awalnya, informan percaya dengan BM tersebut karena dicantumkan jumlah korban. Kembali lagi, informan menanyakan kebenaran BM itu ke suaminya. kemudian ia menjadi tidak percaya karena menurut suaminya, itu BM yang tidak jelas.

BM terakhir yang diperlihatkan adalah tentang Progesterex yaitu obat berbahaya bagi wanita jika meminum minuman yang mengandung obat ini. Informan mengatakan bahwa ia belum pernah menerima BM ini. Menurut informan, BM tersebut benartetapi ia tetap akan menanyakan pendapat suami dan ibu-ibu yang ada di kontak BB nya.

Sikap informan setelah membaca empat *broadcast message* tersebut, informan merasa cemas, tetapi ia tetap mengkonfirmasi kepada orang lain, dalam hal ini adalah suami dan ibu-ibu yang merupakan pelanggannya karena menurutnya mereka lebih mengerti dan memiliki pengetahuan lebih baik.

Jika informan percaya dengan BM dan menurutnya BM yang ia terima adalah informasi penting dan bermanfaat bagi orang lain, maka akan ia sebarkan orang lain. Baginya BM tersebut harus bermanfaat bagi banyak orang dan kontennya pun benar serta dapat dipercaya.



BAB 6

DISKUSI HASIL PENELITIAN

Kualitas Blackberry yang sangat baik memang menjadi daya tarik masyarakat untuk menggunakan *smartphone* ini dalam berkomunikasi dengan orang lain dan keluarga. Kualitas ini juga sesuai dengan biaya yang harus dikeluarkan jika ingin memilikinya. Harga Blackberry yang bervariasi selain karena kualitas, sudah pasti juga disesuaikan dengan masa *release* atau seri-seri Blackberry dikeluarkan karena semakin ke sini, akan ada seri-seri baru dengan fasilitas dan kualitas yang lebih baik.

Tidak dapat dipungkiri lagi, semakin maju peradaban manusia pasti akan dibarengi dengan kecanggihan teknologi. Saat ini, untuk memudahkan komunikasi, manusia lebih memilih alat komunikasi yang menawarkan kemudahan dan kecanggihan dalam satu genggam. Seperti salah satu merek *handphone* terkenal yang mendunia, Blackberry.

Dapat dipastikan bahwa semua orang dari berbagai kalangan tahu dan mengenal Blackberry. *Handphone* ini, memberikan kemudahan berkomunikasi, lengkap dengan kecanggihan konektivitas internetnya yang memberikan akses bersosialisasi di dunia maya. Demam BB kini sudah menyerang semua kalangan.

Salah seorang psikolog, Eva Meizarra Puspita Dewi mengatakan, perkembangan teknologi memberi dampak yang beragam. Mulai dengan memutuskan komunikasi sosial dengan lingkungan hingga memegang adil dalam pembentukan karakter seseorang. Bahkan, BB bagi sebagian orang sudah menjadi candu dan akhirnya berkembang menjadi wabah yang cukup mengkhawatirkan, karena BB secara tidak disadari seakan telah mengubah hidup mereka.

Tanpa BB, hidup mereka menjadi kosong dan hampa, seperti hidup sendiri. Akhirnya, secara tidak sadar sebagian orang mengalami kemunduran beberapa langkah dari komunikasi sosial di dunia nyata. Mereka mulai tidak peduli dengan lingkungan sekitar dan benar-benar masuk dalam dunia maya tak berujung. (<http://lifestyle.kompasiana.com/hobi/2012/01/04/ketika-blackberry-menjadi-gaya-hidup/>)

Salah satu kesimpulan dari hasil survey penggunaan Blackberry di Indonesia menyatakan bahwa alasan memilih Blackberry karena Fitur yang diberikan Blackberry sangat berguna bagi para pebisnis demi kelancaran bisnisnya. Tetapi bagi para remaja, fitur BB lebih ditujukan untuk aktifitasnya di jejaring sosial. Sehingga dapat disimpulkan jawaban bahwa fenomena booming blackberry di Indonesia adalah sebuah pertarungan gengsi yang cukup bisa dipertanggungjawabkan.

Dalam suatu komunitas di lingkungan masyarakat, sekolah maupun kerja secara tidak langsung saling mempengaruhi dalam hal kepemilikan suatu Handset, sudah sangat mahfum apabila bertemu teman baik di dunia nyata maupun maya akan menanyakan berapa PIN, akun facebook, akun YM, akun google, dan lain-lain. Sehingga untuk memasuki komunitas atau lingkungan tersebut mau tidak mau harus memiliki Handset yang mendukung fasilitas-fasilitas tersebut (<http://www.dimensimultimedia.com/smartphone-antara-gengsi-dan-kebutuhan/>).

Terkait dengan pemaknaan media dengan individu dalam topik penelitian ini, khalayak yang merupakan *audiens* media, keduanya menghasilkan makna dan membentuk suatu budaya. Salah satu aktivitas yang dilakukan oleh khalayak adalah menginterpretasi apa yang mereka terima dari media massa. Dalam hal ini media yang digunakan adalah Blackberry yang memiliki fasilitas penyampaian pesan *Broadcast Message* (BM). Pada penelitian ini khalayak adalah *audience* aktif yang dapat memaknai pesan yang ditampilkan secara berbeda-beda.

Penelitian ini menggunakan empat konten *Broadcast Message* (BM) yang dapat menimbulkan kecemasan dengan masyarakat kelas bawah sebagai khalayak yang memiliki kemampuan untuk menerima dan memaknai pesan pada empat konten *Broadcast Message* tersebut. Empat *broadcast message* tersebut adalah

1. **Pemberitaan di KOMPAS, sedang merencanakan REVOLUSI / Penggulingan Pemerintah**
2. **Narkoba di SD**
3. **Jgn trima telp dr no 087877334352**
4. **Progesterex**

Dari hasil wawancara mendalam pada tiga orang informan wanita, terdiri dari pembantu rumah tangga pribumi, pembantu rumah tangga orang asing (*expatriate*), dan pedagang sayur keliling, ketiga informan ini walaupun hanya memiliki latar belakang pendidikan maksimal sebatas sampai SMP, tidak menutup kemungkinan bagi mereka untuk tidak mempercayai sepenuhnya pada pesan-pesan yang diperolehnya melalui *broadcast message* (BM).

Meskipun ketiga informan ini dari sisi ekonomi dan pendidikannya sangat minim, tetapi mereka mampu memiliki Blackberry karena hal itu adalah hasil tabungan mereka, karena mereka merasa bahwa untuk memiliki Blackberry memiliki manfaat besar bagi mereka. Dengan adanya kemajuan dalam teknologi komunikasi, *Computer Mediated Communication* (CMC) memberikan kesadaran yang tinggi bagi masyarakat. Fungsi CMC sangat dirasakan begitu penting bagi masyarakat.

Komunikasi dapat dipahami sebagai proses penyampaian pesan, ide, atau informasi kepada orang lain dengan menggunakan sarana tertentu guna mempengaruhi atau mengubah perilaku penerima pesan. Komunikasi adalah penyampain pikiran, pendapat informasi, atau sikap dengan cara menulis atau memberi isyarat (Moekijat, 1993 : 5).

Dalam ilmu komunikasi dan sesuai dengan *Computer Mediated Communication* (CMC), Blackberry merupakan media yang digunakan sebagai penyampaian pesan dan informasi. Pesan dan informasi yang disampaikan adalah melalui fitur Blackberry Messenger, dan biasanya lebih sering melalui *Broadcast Message* (BM).

Informasi yang disebarkan melalui BM memang tidak semua adalah berita yang benar, melainkan ada juga yang disebut *hoaks*. *Hoaks* adalah pesan yang dapat dikatakan seperti gosip karena merupakan berita yang tidak benar. Dalam ranah ilmu komunikasi, BB sukses menyampaikan pesan ke semua orang. Hal ini terjadi karena *Broadcast Message* yang dikirimkan ke satu orang, dengan mudah dan cepat akan tersebar ke orang banyak termasuk orang-orang yang tidak menggunakan Blackberry.

Setelah menerima pesan tersebut, akan terlihat respon dan *feedback* yang muncul dari komunikan. Dari sini terlihat bahwa pesan yang ingin disampaikan oleh komunikator sampai ke komunikan melalui media, Blackberry dengan fasilitas *broadcast message*.

Dalam hal ini yang menarik dan di luar dugaan adalah justru bahwa individu yang berasal dari golongan bawah yang pekerjaan sehari-harinya adalah pembantu rumah tangga atau tukang sayur, mereka memiliki BB dan mempunyai kesadaran yang tinggi atas manfaat BB tersebut. Untuk mendapatkannya, mereka harus rela menyisihkan uangnya untuk membeli BB. Salah satu fasilitas BB yang sering digunakan adalah *blackberry messenger* (BBM) dan *broadcast message* (BM), tetapi justru konten *broadcast message* yang sering meningkatkan kecemasan dan kegalauan banyak orang.

Kebanyakan isi dari *broadcast message* itu ada yang benar dan ada yang tidak benar sama sekali, yang ketidakpastiannya akan fakta, itulah yang kemudian yang disebut dengan *rumor* karena *Rumor* adalah cerita atau pernyataan pada sirkulasi umum tanpa adanya konfirmasi sebagai fakta. Setiap orang memiliki cara sendiri untuk mengatasi *rumor* tersebut, tergantung sejauh mana mereka peduli pada pesan yang didapat dari *broadcast message* tersebut.

Ketika merreka merasa ada kebutuhan atau kepentingan terhadap individu, tentunya mereka akan berusaha untuk mengurangi ketidakpastiannya dengan cara yang berbeda. Dari hasil wawancara mendalam dengan tiga informan, penulis menemukan bahwa tidak selalu *broadcast message* yang diterima itu dikonfirmasi lagi dengan orang lain.

Sejauh yang mereka peroleh itu pernah mereka dengar atau mereka amati dari pengalaman orang lain atau interaksi mereka dengan orang lain, mereka akan percaya pada isu tersebut. Namun, jika BM yang mereka dapat itu tidak pernah mereka dengar, amati atau alami dari lingkungan sosial mereka, merreka tidak akan langsung mempercayainya. Dalam kondisi seperti ini, ada yang melakukan kkonfirmasi dengan orang lain, tetapi ada juga yang mengabaikan.

Dari hasil wawancara, hasil yang diperoleh adalah *negotiated reading*, dalam hal ini informan percaya dengan *broadcast message*, tetapi karena dua

orang informan itu bekerja sebagai pembantu rumah tangga, maka untuk mengkonfirmasi ketidakpastian yang diperoleh, mereka lebih mempercayai konfirmasi itu kepada orang yang mereka anggap lebih paham karena akses terhadap media mereka lebih tinggi, yaitu lebih banyak pada keluarga majikannya, baik keluarga *expatriat* maupun keluarga pribumi.

Dari hasil pengamatan umum tentang *broadcast message*, maka penulis mendapatkan bahwa kebanyakan kategori dari isi *broadcast message* itu :

1. **Konflik**

- Berita tentang akan adanya demonstrasi dan kerusuhan besar-besaran pada 23 Oktober 2011 untuk menggulingkan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono
- Stop untuk *broadcast* Komodo karena ada pro dan kontra tentang New 7 Wonders

2. **Kekerasan**

- Beredarnya Jenis narkoba dengan nama Strawberry Quick dan Strawberry Meth yang mirip permen Pop Rock di Sekolah Dasar
- Progesterex yang merupakan obat yang digunakan pemerkosa untuk menetralsir korbannya sehingga tidak bisa hamil dan merusak alat reproduksi
- Nomor telepon 087877334352 berwarna merah yang memakan korban jika diterima/diangkat
- Penculikan Anak

3. **Agama**

- Perintah untuk menyebarkan ayat Al-Quran ke beberapa orang, akan mendapat kebahagiaan, jika tidak akan terjadi sesuatu
- Tanda-tanda hari Kiamat

BAB 7

PENUTUP

7.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seseorang yang memiliki latar belakang pendidikan rendah, untuk mengurangi ketidakpastian, ia lebih mengkonfirmasi kepada orang lain yang menurutnya memiliki pengetahuan lebih tinggi dan juga profesi yang lebih tinggi.
2. Berbeda jika pemilik Blackberry adalah orang yang memiliki latar belakang tinggi diasumsikan mereka akan mengkonfirmasi pada sumber-sumber lain atau media-media lain daripada *personal approach* (pendekatan pribadi). Berdasarkan pengamatan penulis terhadap teman-teman penulis yang memiliki latar belakang pendidikan tinggi dan memiliki Blackberry, ketika mendapat *broadcast message* yang menimbulkan kecemasan, mereka tidak langsung percaya melainkan mencari tahu keeneran isi BM tersebut dari media lain, seperti TV, surat kabar, atau internet (media online).
3. Semakin canggih teknologi komunikasi dan media yang semakin bervariasi, khalayak akan dituntut untuk memiliki selektivitas tinggi terhadap isi media. Masyarakat juga dituntut untuk lebih waspada terhadap isi media.
4. Mengacu kepada teori Charles Wright mengenai fungsi media, bahwa di satu sisi media memberikan fungsi, di sisi lain dia juga memberikan disfungsi. Dalam hal ini adanya fungsi media yaitu penggunaan Blackberry dan *broadcast message* sebagai sumber informasi. Disfungsi sendiri lebih kepada penyebaran konten informasi melalui *broadcast message* yang belum tentu benar tetapi dapat membuat pengguna cemas dan takut.
5. Individu yang memiliki latar belakang pendidikan rendah, golongan bawah dan memiliki pekerjaan dimana kesempatan untuk bersosialisasi itu

rendah karena tuntutan pekerjaan, bagi mereka BB itu penting karena dari BB mereka akan mendapatkan banyak informasi. Tetapi di sisi lain, justru menuntut kecerdasan mereka dalam menyikapi isi media tersebut.

6. Berdasarkan kesimpulan sebelumnya mengindikasikan bahwa orang yang memiliki BB, setidaknya juga harus memiliki tingkat *media literacy* yang tinggi, karena *media literacy* adalah pemahaman terhadap isi media bukan hanya pemahaman membaca apa yang tertera, tetapi *media literacy* juga menuntut orang untuk memahami lebih jauh dampak dari konten tersebut.
7. Dari sisi kepemilikan BB, tidak terbatas hanya pada orang-orang yang memiliki latar belakang pendidikan dan segi finansial yang kuat, tetapi juga dapat dijangkau oleh golongan bawah karena untuk mendapatkan BB, mereka harus menabung atau menyicil. Namun dengan kepemilikan tersebut, dengan keterbatasan pendidikan yang mereka miliki, tanpa tingkat *media literacy* yang tinggi akan menjadi bumerang bagi mereka sendiri dalam mencerna isi media tersebut.

7.2 Implikasi Penelitian

7.2.1 Implikasi Akademis

Teori pemaknaan khalayak sudah cukup menjelaskan sejauh mana pemaknaan individu golongan bawah dalam memaknai konten *broadcast message* di Blackberry, khususnya yang menimbulkan kecemasan.

7.2.2 Implikasi Praktis

Metode penelitian yang digunakan dapat menjawab permasalahan penelitian, yaitu dengan menggunakan paradigma kritis dan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode analisis data primer yaitu dengan wawancara mendalam dan data sekunder dengan melakukan pengamatan terhadap empat konten *broadcast message* di Blackberry yang menimbulkan kecemasan individu dan sosial sehingga dapat diketahui tujuan penelitian ini.

7.3 Rekomendasi Penelitian

7.3.1 Rekomendasi Akademis

Untuk mengembangkan penelitian ini, dapat menggunakan teori persepsi. Sehingga untuk penelitian selanjutnya jika menggunakan tema yang sama, mungkin dapat melihat bagaimana persepsi khalayak terhadap konten *broadcast message*. Penelitian ini hanya menggunakan informan perempuan dengan latar belakang pendidikan sampai SMP. Untuk selanjutnya, dalam menggunakan persepsi masyarakat lebih baik dibuka untuk semua golongan dan latar pendidikan, usia, serta jenis kelamin.

7.3.2 Rekomendasi Praktis

Untuk penelitian selanjutnya, dapat dicantumkan perbandingan *broadcast message* dengan konten yang akurat berdasarkan fakta dengan yang kontennya hanya *rumor* (desas-desus). Selain *broadcast message*, juga dapat dicantumkan perbandingan dengan pemberitaan di media *online*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abrar, Ana Nadhya. 2003. *Teknologi Komunikasi, Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: L3FSI.
- Adi, Arista Prasetyo, Ridwan Sanjaya & Inspiring Writerhood. 2010. *Aplikasi Favorit Blackberry*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Babbie, Earl & Theodore C. Wagonaar. 1992. *Pracyicing Social Research, 6th ed.* Wadsworth California: Thompson Learning.
- Croteau, David & William Hoyness. 1997. *Media/Society: Industries, Image and Audiences, Second Edition*. Thousand Oaks, CA: Pine Forge Press.
- Devito, Joseph A. 2007. *The Interpersonal Communication Book Eleventh Edition*. USA: Pearson Education.
- During, Simon. 2000. *The Cultural Studies Reader*. London: Routledge.
- Irawan, Prasetya. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif Untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Self Press.
- Khoirudin, Arie, Eko SB Setyawan & Nurkholish. 2009. *The Power of iPhone Berry*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama:
- Kimmel, Allan J. 2004. *Rumors and Rumor Control, A Manager's Guide To Understanding and Combatting Rumors*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc Publishers.
- Koentjaraningrat. 1993. *Metode-Metode Penelitian Masyarakat, Edisi Ketiga*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kurniawan, Nyoto & Ridwan Sanjaya. 2011. *Solusi Dahsyat Permasalahan Blackberry*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Littlejohn, Stephen W. 1999. *Theories of Human Communication, Seventh Edition*. Belmont CA: Wadsworth Publishing Company.
- McQuail, Dennis. 2001. *Mass Communication Theory 4th ed.* London: Sage Pub
- McQuail, Dennis. 1987. *Teori Komunikasi Massa, Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga.

- Moekijat. 1993. *Teori Komunikasi*. Bandung: Bandar Maju.
- Moleong, Lexy J. 2000. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian* Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nightingale, Virginia. 1996. *Studying Audience The Shock of The Real*. New York: Routledge.
- Pawito, 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, Yogyakarta: LKiS.
- Poerwandari, Kristi, 2009. *Pendekatan Kualitatif untuk Penilaian Perilaku Manusia*. Depok: LPSP3.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rogers, Everett M. 1986. *Communication Technology: The New Media in Society*. New York: New York The Free Press .
- Salim, Agus. 1996. *Teori dan Paradigma Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Tiara Kencana
- Staubhaar, Joseph & Robert LaRose. 2002. *Media Now: Communicatin Media in The Information Age 3rd sd*. USA: Wadsworth
- Storey, John. 2010. *Cultural Studies & Kajian Budaya Pop, Penganter Komprehensif Teori & Metode*. Yogyakarta: Jalasutra
- Sukandarrumidi. 2006. *Metodologi Penelitian Petunjuk Praktis Untuk Peneliti Pemula*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sunarto, Kamanto. 2004. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Thurlow, Lengel, and Tomic. 2004. *Computer Mediated Communication, Social Interaction and The Internet*. London: Sage Publication.
- Turner, L.H. & West R.L. 2007. *Introducing Communication Theory: Analysis and Application, 3rd Ed*. New York: McGraw-Hill.
- Turner, Graeme. *British Cultural Studies an Introduction 2nd ed*. London: Wadsworth Pub Co.

West, Richard. And Lynn H. Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis & Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

Jurnal

Adinia, Nisa Cita. 2005. Pemaknaan Gagasan Nasionalisme dalam Tetralogi Karya Buru

Pramoedya Ananta Toer. *Jurnal Penelitian Komunikai Thesis*. Vol. IV/No. 3. Desember 2005.

Hendratno, Jenniwal M. 2005. Penggunaan Media di Kalangan Remaja. *Jurnal Penelitian Komunikai Thesis*. Vol. IV/No. 3. Desember 2005.

Artikel Online

<http://www.detikinet.com/read/2010/04/05/134859/1332185/328/pengguna-blackberry-tembus-41-juta>

<http://bbpin.info/news/sejarah-blackberry-di-indonesia.html>

<http://www.teknojurnal.com/2011/09/20/pertumbuhan-pelanggan-blackberry-di-indonesia-pada-tahun-2011/>

<http://jcmc.indiana.edu/vol1/issue4/rafaeli>

<http://lifestyle.kompasiana.com/hobi/2012/01/04/ketika-blackberry-menjadi-gaya-hidup/>

<http://www.dimensimultimedia.com/smartphone-antara-gengsi-dan-kebutuhan/>

Skripsi

Arsyad, Poeti Fatima. 2008. *Pemaknaan Terhadap Majalah Playbot Indonesia*. Universitas Indonesia.



LAMPIRAN 1

(Pedoman Wawancara)

PEDOMAN WAWANCARA

Pertanyaan Latar Belakang

1. Usia
2. Pekerjaan
3. Latar belakang pendidikan
4. Sejak kapan Anda menggunakan Blackberry?

Pertanyaan pengetahuan tentang *Broadcast Message* (BM)

1. Bagaimana pendapat Anda dengan *broadcast message*?
2. Apakah Anda sering melakukan BM?
3. Apakah Anda sering menerima BM?
4. Apakah Anda percaya dengan konten BM yang Anda terima?

Pertanyaan mengenai pandangan informan terhadap konten BM yang menimbulkan kecemasan

- Menurut Anda, isi BM yang Anda anggap benar itu yang seperti apa?
- **BM : Akan ada demonstrasi dan kerusuhan besar-besaran untuk menggulingkan SBY seperti peristiwa Mei 1998 pada 23 Oktober 2011**
- **BM : Jenis narkoba bernama Strawberry Quick dan Strawberry Meth yang mirip permen Pop Rock di Sekolah Dasar**
- **BM : Nomor telepon 087877334352 berwarna merah yang memakan korban jika diterima/diangkat**
- **BM : Progesterex yang merupakan obat yang digunakan pemerkosa untuk menetralkan korbannya sehingga tidak bisa hamil dan merusak alat reproduksi**

Pemaknaan khalayak

1. Apakah Anda pernah terima BM tersebut?
2. Apakah Anda percaya?

Sikap khalayak tentang rumor

1. Apakah Anda langsung menyebarkan lagi ke kontak-kontak yang ada di BB?

2. Apakah Anda mencari tahu kebenaran BM tersebut?
3. Apakah Anda membahas atau meminta pendapat orang lain tentang kebenaran BM tersebut?

Manfaat dan kerugian memiliki BB

- Apakah manfaat punya Blackberry? Apa kerugiannya?





LAMPIRAN 2
(Transkrip Wawancara)



Transkrip wawancara informan

Hari/Tanggal : Sabtu, 10 Desember 2011

Tempat : Rumahmajikan informan, Jakarta Timur

Nama : IN (inisial)

Pekerjaan : Pembantu Rumah Tangga Pribumi

Usia : 22 tahun

Pendidikan : Kelas 2 SMP

Q : Hai Mba, ganggu ngga nih?

A : Iya Mba, oh ngga kok Mba ngga ganggu (tersenyum)

Q : Lagi sibuk ya Mba? Aku mau tanya-tanya boleh ngga Mba?

A : Oh ngga kok, saya ngga sibuk. Kebetulan orang rumah lagi pada pergi.

Q : Lagi pada jalan-jalan ya Mba?

A : Iya semuanya

Q : Lah Mba ngga ikut?

A : Ngga, saya jarang ikut, tadi juga udah bilang ke ibu kalau saya mau diwawancara

Q : Oh langsung dibolehin ya Mba?

A : Ngga juga sih Mba, tadi juga ditanya-tanya dulu kenapa ngga mau ikut

Q : Ooo gitu, Mba kalau boleh tahu, umur Mba sekarang berapa sih?

A : Hmm.. malu ah Mba (sambil senyum malu)

Q : Hehe.. ya kalau ngga mau kasih tahu, kisarannya juga ngga apa-apa Mba

A : Saya 22 tahun Mba.

Q : ngga juga sih Mba, itu mah masih muda. Mba udah berapa lama kerja di sini?

A : Udah... (melihat ke atas sambil mengingat), kira-kira udah mau dua tahun lah.

Q : Ooo, belum lama juga ya Mba?

A : Iya

Q : Sebelum jadi pembantu, Mba sekolah ngga?

A : Sekolah tapi ngga tamat

Q : Emangnya sampe mana Mba sekolahnya?

A : Hmm.. Saya mah cuma sampe kelas 2 SMP mba, soalnya ngga ada biaya lagi Untuk lanjutin sekolah, buat makan aja susah banget Mba, saya juga punya ade jadi ya kalau ada duit cuma buat makan sehari-hari aja, hehehe....

Q : Ooo gitu, sebelum ke sini, di kampung juga jadi pembantu Mba?

A : Iya saya kalau pulang sekolah suka jadi tukang cuci di rumah-rumah dekat rumah Saya. Akhirnya saya ketemu deh sama suami istri yang lagi nyari pembantu tapi rumahnya di Jakarta. Saya langsung mau waktu ditanya kerja di Jakarta

Q : Terus Mba betah di sini?

A : Ya, betah-betah aja saya Mah, ibu sama bapak juga baik kok (tersenyum)

Q : Mba emang dari dulu kerja jadi pembantu?

A : Iya

Q : Udah berapa lama tuh Mba?

A : Udah enam tahun deh Mba

Q : Udah agak lama juga kalau gitu ya, berarti gajinya gede dong ya?

A : Hmm.. yah lumayan lah Mba, emang kenapa Mba?

Q : Mba ngga mau kerja yang lain?

A : Hah, maksudnya gimana Mba

Q : Maksudnya Mba ngga pengen kerja jadi apa gitu selain pembantu?

A : Ooo, lah aku kan SMP aja ngga lulus, mana bisa kerja yang lain, ini juga enak kok Mba, yang penting majikan saya baik, hehehe...

Q : Ehm.. boleh tahu ngga gaji Mba sekarang berapa?

A : 600.000 sebulan Mba (tersenyum)

Q : Lumayan banget itu ya, bisa beli Blackberry juga ya?

A : hehehe.. iya Mba tapi ini juga bekas koq (sambil memperlihatkan Blackberry Gemininya), saya belinya juga ngumpulin duit dulu beberapa bulan, nah pas udah cukup baru beli deh. Kalau beli yang baru mah kelamaan ngumpulannya (dengan nada semangat).

Q : Hahaha.. iya juga ya, emangnya Mba udah pengen cepet-cepet punya ya?

A : Hmm.. (sambil malu-malu) iya sih Mba hehehe..

Q : Kenapa Mba? Emangnya temen-temen sama keluarga Mba banyak yang pakai BB?

A : Pertamanya sih pengen aja gara-gara teman dan majikan pada pake jadi mau juga. Kayaknya gimana gitu Mba kalau pake BB. Kayak keren aja gitu. Sejak pakai BB saya ngerasa ngobrolnya sama teman yang jaraknya jauh jadi lebih cepat, apalagi pake BBM atau broadcast walaupun ngga ketemu langsung. Kalau keluarga sih ngga ada yang punya tapi temen ada beberapa yang punya (sambil memegang BB nya), temen saya ada sembilan orang (sambil menunjukkan daftar kontak BBM nya)

Q : Terus yang dua ini siapa? Katanya sembilan, kok ada 11?

A : Kalau yang dua ini ya majikan saya Mba, yang ini Ibu terus yang ini anak perempuannya (sambil menunjukkan liat dua kontak beserta foto BBM)

Q : Emangnya majikan Mba langsung ngebolehin waktu Mba mau punya BB?

A : Saya mah waktu itu kasih tahu ke Ibu pas udah beli Mba, takutnya nanti kalau bilang dulu malah ga boleh hehehe..

Q : Ooo gitu, udah berapa lama Mba pakai BB?

A : Hmm.. setahun kali ya Mba, sekarang bulan apa? Desember ya? (sambil mengingat dan menghitung menggunakan jarinya). Iyalah Mba setahun soalnya saya beli ini pas mau tahun baru kemaren. iya bener Mba (sambil mengangguk)

Q : Berarti Mba udah tahu banget dong ya istilah-istilah atau fitur-fitur yang ada di BB misalnya BBM sama *Broadcast Message*?

A : Iyalah Mba, masa punya BB ngga tau BBM sama *broadcast* (dengan logat jawanya), baru sehari pakai aja udah tahu apalagi kayak saya udah setahun (sambil lihat-lihat BB nya setelah ada suara dari BB nya). Mba juga pasti gitu kan?

Q : Hehe, iya juga sih

A : Iyalah, pasti itu mah

Q : Nah kalau menurut Mba Ina, *broadcast message* tu apa?

A : Hmm.. apa ya? Ya itu Mba jadi kirim-kirim pesan atau ngga kayak berita gitu deh kasih tau ke semua teman yang ada di BB. Terus biasanya kalau *broadcast* itu warna tulisannya ungu.

Q : Oke, Mba sering ngga dapat *broadcast* gitu?

A : Ya pasti sering Mba, temenku atau ngga majikan sering kirim *broadcast*

Q : Nah Mba sendiri sering ga kirim *broadcast* ke yang lain?

A : Hmm.. sering juga Mba. Kan biar orang lain tahu.

Q : BM yang Mba dapet tuh bagus-bagus atau ngga?

A : Kalo menurut saya nih Mba, berita-berita yang saya dapet dari *broadcast* tuh bagus-bagus Mba isinya jadi pasti sering saya sebar lagi ke teman-teman saya biar mereka pada tahu terus kalo beritanya ngga enak ya bisa hati-hati. Tapi kalo menurut saya ngga jelas ya ngga saya *broadcast*, nanti salah lagi kayak yang tentang demo besar-besaran tanggal 23 Oktober 2011

Q : Kalo menurut Mba, BM yang ngga jelas tu yang kayak gimana?

A : BM yang ngga jelas tu misalnya sumbernya ngga jelas dari mana, saya juga sering tu Mba nanya ke temen yang kirim BM ke saya dapet BM ini dari mana, mereka sering bilangnye dapet dari temennya juga jadi ngga jelas kan siapa pertamanya? Kalo dipikirin kayaknya ngga mungkin lah ya, terus sama *hoaks* deh

Q : Kalau Mba kirim lagi biar orang lain tahu, berarti Mba percaya dong sama berita di *broadcast* itu?

A : Waktu pertama-tama saya punya BB, saya percaya sama BM yang suka saya dapet dari temen-temen atau ngga majikan saya. BM yang saya dapet itu macem-macem isinya. Ada yang bagus ada yang jelek. Saya sering Mba dapet *broadcast* yang ngga enak terus suka bikin khawatir aja gitu kalau itu kejadian sama saya.

Q : Mba tahu tentang *hoax* di BM kan?

A : Iya tahu

Q : Nah kalau yang *hoax* Mba percaya juga?

A : Pertama-pertama percaya Mba abis itu saya sebarin lagi kan tu ya

Q : Ooo gitu, terus contohnya *broadcast* yang kayak gimana Mba?

A : Nah waktu itu kan saya pernah dapet BM yang tentang Agnes Monica katanya meninggal, terus saya langsung tu kirim BM lagi ke temen-temen yang lain, eh ada temen yang bilang kalau BM tentang Agnes yang saya kirim ke dia itu katanya *hoax*.

Q : Ooo.. Berarti Mba percaya dong sama *broadcast* tentang Agnes tadi?

A : Iya Mba percaya banget malah awalnya makanya kan saya sebarin lagi, eh taunya begitu. Soalnya Agnes gitu lo Mba kan terkenal.

Q : Emangnya temen Mba tahu dari mana kalau yang tentang Agnez itu cuma *hoax*

A : iya pasti Mba. Eh tapi tergantung deng, kalau lagi kerja terus ada Ibu (majikan), ya ga langsung saya kirim soalnya takut dimarahin kalau ketahuan.

Q : Mba lebih sering terima atau kirim *broadcast* nih?

A : Emm.. yang mana ya? Hmm.. ampir sama lah Mba, eh tapi kayaknya si lebih sering terima Mba

Q : Terimanya pasti ada berita yang bikin bingung sama yang emang benar kan ya Mba?

A : Iyalah Mba (sambil cek BB nya).

Q : Nah kalau menurut Mba nih ya, *broadcast* yang bikin bingung atau yang isinya negatif sama yang ngga bikin bingung atau isinya positif tu yang kayak gimana Mba?

A : Ha? Waduh sebentar ya Mba saya ambilin minum dulu (berjalan ke dapur)

Q : Oh iya, ngga apa-apa Mba santai aja (tersenyum, memperhatikan informan)

A : (Mba Ina kembali dari dapur dan membawa satu gelas sirup merah) ini Mba minum dulu

Q : Makasih ya Mba, repot-repot banget hehe.. jadi gimana Mba sama pertanyaan tadi?

A : Ngga kok. Iya kalau menurut saya yang bikin bingung itu *broadcast* yang apa tu yang

katanya mau ada demo gede-gede kayak waktu Pak Harto, tanggal berapa ya? Tunggu ya Mba, kayaknya saya masih simpen *broadcast* nya deh (sambil mengutak-atik BB nya). Nah kayak yang begini Mba (menunjukkan BM tentang pemberitaan di Kompas yang isinya tentang penggulingan pemerintahan Susilo Bambang Yudhoyono, sekitar 100.000 ormas radikal turun ke jalan, ini akan seperti peristiwa Mei 1998). Kalau berita kayak gini kan bikin bingung sama takut kalau mau pergi-pergi, apalagi ditulis kalau cewek harus hati-hati terus juga yang tentang Komodo itu Mba yang tujuh keajaiban dunia itu. Perusahaan itu sebenarnya ngga ada di negara itu,] katanya mereka cuma nyari duit aja.

Q : Yang BM tentang demo itu Mba langsung percaya?

A : Iya kan ya Mba kalo Kompas itu beritanya bisa dipercaya jadi berita di *broadcast* itu pasti bener. Waktu itu Ibu pernah ngajak saya ikut ke *mall* katanya, eh pas abis dapet BM itu, saya langsung ngga mau. Saya takutlah Mba nanti ada apa-apa lagi, mending di rumah aja biar aman. Saya juga bilang sama ibu mending di rumah aja pas hari itu

Q : Emangnya apaan yang bikin Mba jadi percaya banget?

A : Iya Mba, karena dari di situ ada Kompas ya saya percaya terus majikan saya juga bilang kayaknya bener jadi ya saya tambah yakin lagi walopun di BM itu ada tulisannya

Q : Terus Mba langsung sebarin lagi?

A : Waktu itu mah kalo ini langsung saya sebar ke teman-teman saya soalnya beritanya langsung dari Kompas terus sampe ada tiga macem gitu lagi *broadcast*-nya, terus majikan saya juga kasih komentar yang sama kalo BM ini bener, siapa yang ngga takut coba apalagi ini buat cewek-cewek.

Q : Tapi kan waktu itu BM nya belum tentu bener Mba?

A : Ya ngga apa-apa Mba bakal kejadian ato ngga, yang penting langsung saya sebarin biar

pada hati-hati tanggal 23 Oktober. Itu aja katanya sampe perkosa-perkosaan Mba, kan ngeri banget

Q : Mba baca juga ngga di koran lain ada berita kayak gitu?

A : Ngga sih Mba, soalnya saya pikir Kompas itu bisa dipercaya jadi kayaknya agak ngga mungkin aja kalo nyebar berita yang salah. Saya tahu sih kalo ada koran lain yang bisa dipercaya juga, tapi saya udah percaya sama Kompas, kata saya sih kalo Kompas bisa bilang gitu, ya mungkin koran lain juga sama”

Q : Mba kasih tau majikannya ngga?

A : Abis dapet BM itu, saya langsung kasih tau majikan biar ngga pergi kemana-kemana, soalnya mau ada kayak kerusuhan waktu pas Pak Harto yang Mei 1998

Q : Waktu tanggal 23 itu kalo ngga salah ngga ada demo kayak yang di BM kan ya Mba?

A : Nah iya tu Mba (sambil memainkan jari telunjuk), saya sempet kesel aja] ternyata tanggal 23 itu ngga ada demo yang kayak dibilang di BM. Saya jadi nyesel udah percaya banget sama berita itu. Mana Kompas lagi kan di situ tulisannya. Tapi ya... Alhamdulillah sih ngga ada demo itu soalnya kalo inget cerita-cerita yang 1998 itu kayaknya serem banget Mba

Q : Mba marah atau bete ngga?

A : Oh iya Mba, waktu itu sempet nyesel juga ternyata ngga ada apa-apa tanggal 23 Oktober itu, ngga ada kerusuhan kayak Mei 1998. Padahal kan itu Kompas tulisannya. Nah abis itu saya ngga langsung percaya sama BM. Ya walopun percaya, tapi tetep cari tau dulu tanya-tanya temen atau majikan juga bisa

Q : Terus berarti Mba tetep percaya apa ngga ni kalo dapet BM?

A : Ya besok-besoknya kalo saya dapet BM, terutama yang beritanya ngga enak ya saya ngga langsung percaya. Tapi waktu itu saya harusnya juga nanya sama temen saya kali ya Mba dapet BM itu dari mana, saya ngga nanya sih. Soalnya majikan saya juga komentarnya gitu

Q : Mba ngga nanya ke yang ngirimin BM itu ke Mba?

A : Waktu itu pas tanggal 25 nya saya BBM temen yang *broadcast* ke saya nanya dia tau dari

mana. Dia dapet dari anak majikannya tapi dia mah percaya-percaya aja ngga nanya-nanya dulu bener apa ngga terus langsung di BM deh (sambil mengangkat bahu)

Q : Ooo, pantesan. Nah terus Mba pernah dapet BM tentang narkoba jenis baru yang udah nyebar di SD?

A : Belum, yang kayak gimana ya?

Q : Ni kayak gini (memperlihatkan *broadcast* jenis narkoba tersebut)

A : Ya ampun serem banget Mba narkoba di sekolah. Anak-anak kecil kan suka banget sama permen pasti mereka ngga tahu kalo itu narkoba. Mending ngga usah beli sama sekali deh dari pada ketagihan kayak yang di TV tu bisa sampe ketagihan terus bisa sampe nyuri duit juga

Q : Kalo sekarang Mba punya anak yang udah SD gimana?

A : Kalo saya punya anak ni Mba, saya pasti ngelarang anak saya untuk jajan sembarangan di sekolah, apalagi permen. Serem saya kalo ngebayangin anak saya ketagihan kayak di TV itu. Biarin, nangis-nangis deh daripada kenapa-kenapa kan Mba

Q : Yakin Mba?

A : Ya walopun saya belum punya anak, tapi kan teman-teman saya ada beberapa yang punya anak udah sekolah. Saya harus sebarin ke mereka paling pertama biar mereka hati-hati sama anaknya ini bahaya banget tahu Mba buat anak-anak kecil

Q : Itu berarti Mba percaya sama BM ini?

A : Oh iya Mba, tapi itu juga kan belum tentu bener, nanti kayak BM yang demo itu lagi ternyata ngga bener. Mending sih tanya aja ke yang BM ini Mba dia dapet dari mana

Q : Tapi Mba pernah ngga denger BM ini sebelum baca yang tadi aku kasih liat?

A : Hmm.. Kalo ngga salah emang pernah ada kan ya Mba berita kalo sekarang ini banyak

anak SD pake narkoba, tapi saya ngga ngikutin banget sih Mba jadi ngga tau narkoba yang kayak gimana, namanya apa

Q : Mba belum punya anak kan ya?

A : Tapi Mba kalo yang punya anak SD, kayaknya kalo baca BM ini bisa waspada kali ya untuk ngawasin anaknya di sekolah biar ngga jajan sembarangan

Q : Oiya, sebenarnya ini mah belum terlalu ngaruh kan ya ke Mba?

A : Kalo buat saya sendiri? Ya sebenarnya sih buat saya mah belum terlalu ngaruh ya Mba. Soalnya kan saya juga belum kawin, apalagi punya anak. Tapi ya itu, kalo emang bener nih BM nya, berarti ini penting buat ibu-ibu yang punya anak

Q : Berarti Mba langsung sebarin ngga nih kalo dapet BM tentang ini?

A : Ya walopun saya belum punya anak, tapi kan teman-teman saya ada beberapa yang punya anak udah sekolah. Saya harus sebarin ke mereka paling pertama biar mereka hati-hati sama anaknya ini bahaya banget tahu Mba buat anak-anak kecil (ekspresi serius)

Q : Terus Mba, pernah ngga dapet BM kayak gini? (memperlihatkan BM tentang nomor telepon merah yang berbahaya)

A : Saya sih belum pernah Mba dapet *broadcast* kayak gini. Tadi saya percaya nih Mba soalnya bawa-bawa ibu yang bakal jadi tumbal kalo ini ngga di *broadcast*. Tapi Mba, temen saya di BB tu ngga sampe 25 orang, terus gimana? Gimana juga saya *add* pin orang biar jadi 25. Kayaknya ini ngga beneran deh Mba, masa kalo ngga sampe 25 mau dipaksa juga

Q : Tadi kata Mba, Mba percaya ya?

A : Iya tadi pas baca pertama, saya percaya Mba soalnya nyebut-nyebut ibu yang bakal jadi tumbal kalo ngga BM ke 25 orang

Q : Tapi sekarang?

A : Tapi pas baca lagi, ini kayaknya ngga bener deh BM nya soalnya temen saya yang BM ini juga dapat dari orang lain jadi ngga ketahuan deh siapa yang pertama BM itu, udah gitu kalo kontaknya ngga sampe 25 mau gimana? Saya jadi ngga percaya sama sekali jadi ya

ngga usah di BM lagi ke orang lain. Terus nanti kalo emang nomor telepon itu tiba-tiba telepon, ya ngga usah diangkat

Q : Berarti sekarang Mba udah ngga percaya lagi nih?

A : Udah ah Mba (protes) saya ngga mau mikirin *broadcast* ini soalnya saya juga ngga pernah ada yang telepon dari nomor ini. Tapi ya kalo tiba-tiba nomor ini telepon saya ya ngga usah diangkat (dengan ekspresi kesal).

Q : Oke, berarti bener-bener ngga percaya ya?

A : Kalo sekarang mah ya ngga percaya Mba.. iya 100% ngga, lagian bodo ah orang temen saya di BB ngga sampe 25. Iya sih bawa-bawa ibu tapi kan semuanya udah ditentukan Allah. Nanti saya telepon aja ibu di kampung, nanyain gimana keadaannya (mulai tersenyum)

Q : Baiklah.. sekarang broadcast terakhir ni Mba. Pernah ngga dapet BM kayak gini? (memperlihatkan BM tentang Progesterex)

A : Saya kayaknya pernah tahu deh Mba tentang *broadcast* ini. Temen sama majikan saya pernah ngomongin tentang itu. Kata mereka sih kayaknya beneran soalnya kan pernah ada tu Mba berita di TV, orang-orang di bus yang suka ditawarkan minuman terus abis itu jadi ngga sadar. Nah mungkin aja kan ini juga gitu, serem juga ya. Saya jadi takut kalo jalan-jalan sendiri

Q : Ooo, Mba pernah denger... pernah ngomongin juga ke temen-temen ngga Mba?

A : Iya pernah denger, sempet ngomongin juga sama temen-temen di BB termasuk yang kirim BM nya ke saya. Mereka semua percaya dengan adanya obat itu dan sudah mulai waspada jika berjalan sendirian

Q : Terus kalau yang ngga bikin bingung yang mana Mba?

A : Oh iya Mba, yang bikin bingung ada satu lagi, yang tadi itu yang tentang obat dicampur keminuman biar bisa perkosa orang, orang itu juga jadi tidak bisa hamil selamanya. Ini harus dicari tahu bener apa ngga, ya kita juga harus tetep waspada sih.

Q : Nah menurut Mba ini beneran ngga?

A : Iya Mba, saya menurut saya bener deh walopun saya jarang denger nama obat itu. Pokoknya hati-hati deh jaman sekarang mah ngga ada jaminan

Q : Kenapa Mba bilang ini bener?

A : Berita kejahatan gara-gara nerima minuman dari orang yang ngga dikenal dan pencurian sudah sering ada di TV, bikin saya tambah percaya sama cerita ini walopun aga beda tapi sama caranya. Abis itu ya langsung saya sebarin BM nya ke temen saya yang cewek

Q : Mba kan perempuan nih, terus Mba ngerasa takut ngga?

A : Kalau nanti saya ke warung kalo ngga pergi kemana gitu, kalo ngga terpaksa mah saya ngga mau ah sendiri, takut kenapa-kenapa, apalagi kalau nanti tiba-tiba ada yang nawarin minuman gratis, ngga deh daripada-daripada ngga kebayang deh saya Mba (sambil menggeleng-gelengkan kepala)

Q : Iya emang serem Mba. Nah kalo buat Mba manfaat punya BB tu apa?

A : Ehm, kalo manfaatnya sih biar lebih gampang dan cepat kalau mau ngobrol sama cepat dapat berita-berita terbaru juga kali ya?

Q : Itu aja Mba?

A : Iya kalo kata saya mah itu manfaatnya

Q : Kalo kerugiannya ada ngga Mba?

A : Paling ngga enakunya kalau harus beli paket pulsa BB yang mahal terus kita juga bisa jadi autis sendiri sama BB, terus kalau keasyikkan sama BB, bisa jadi nyuekkinn orang lain

Q : Hehehe iya juga sih emang, oke deh Mba kalau begitu, makasih banyak ya Mba atas kesediaan waktu dan jawabannya ya jadi ganggu kerjaannya deh

A : Oke deh, sama-sama ya, mudah-mudah lancar ya Mba Nisa skripsinya (sambil berdir dan bersalaman)

Q : Iya, Amin makasih Mba (tesenyum)

Transkrip wawancara informan

Hari/Tanggal : Minggu, 18 Desember 2011

Tempat : Rumah informan, Bekasi

Nama : MM (inisial)

Pekerjaan : Pedagang sayur keliling

Usia : 30 tahun

Pendidikan : Kelas 2 SMP

Q : Maaf ya Bu ganggu sebentar?

A : ya ngga apa-apa kok

Q : Oke, pertama mau nanya dulu umurnya berapa Bu?

A : Saya umurnya 30 tahun

Q : 30, terus pekerjaannya di sini?

A : Iya, ya dagang sayur Mba tapi keliling di komplek

Q : Terus latar belakang pendidikannya, pendidikan terakhir?

A : Iya mba dulu saya sekolah cuma sampe kelas 2 SMP, habis itu bantu orang tua jualan sayur di kampung. Ya sampai akhirnya setelah nikah saya nekat ke Jakarta

untuk kerja terus di Jakarta saya bekerja juga sebagai tukang sayur keliling, suami

saya kuli bangunan

Q : Ibu asalnya dari mana?

A : Saya mah dari Tegal Mba (dengan logat Tegalnya)

Q : Ibu udah lama pindah ke Jakarta?

A : Hmm.. Iya udah lumayan lama juga

Q : Ooo... sejak kapan tu Bu?

A : Saya sih udah dari tahun 2004 pindah ke Jakarta. Terus tahun 2008, saya, suami

saya sama satu anak saya waktu itu baru satu tahun pindah nyari kontrakan di Bekasi soalnya kontrakan di Jakarta udah selesai waktunya, tapi kalo diperpanjang, kita ngga bisa bayar lagi soalnya bayar kontrakkannya naik

Q : Ooo gitu, ribet ngga Bu?

A : Yah udah biasa aja Mba (tersenyum)

Q : Nah Ibu kan pake BB nih, gimana nih Bu ceritanya bisa punya BB?

A : Selama tujuh tahun bekerja, saya berusaha untuk menyisihkan uang tiap bulan untuk ditabung berapa pun saya bisanya supaya nanti kalo tiba-tiba butuh duit bisa pake tabungan itu. Nah, saya kan keliling-keliling kenal sama beberapa ibu-

ibu kompleks yang kebanyakan pake Blackberry. Tiba-tiba delapan bulan yang lalu ada beberapa ibu yang nyuruh saya pake BB karena mereka pengen pesen sayuran sama lauk jadi kalo pas saya dateng ke sana mereka tinggal ambil terus

bayar. Lalu ada seorang ibu bilang ke saya kalo dia mau jual BB-nya, mau beli yag baru. Dia nawarin ke saya, kalo saya mau bayarnya boleh nyicil tiap bulan bayarnya sebisa saya. Akhirnya saya ambil BB nya

Q : Ooo, baik juga ya Bu, pertama pake BB bingung ngga Bu?

A : Pertamanya saya bingung gimana pake BB ini, akhirnya saya nyoba-nyoba sama

suami saya sampai akhirnya kita ngerti BBM sama BM. Jadi sejak ngerti sampe

sekarang kalo saya lagi dagang saya bawa BB soalnya ternyata ibu-ibu itu banyak

yang pesen lewat BBM atau ngga BM

Q : Ibu sering BM juga?

A : Iya, lumayanlah

Q : Nah kalo pendapat Ibu tentang *broadcast message* tu apa ?

A : Kata saya sih BBM sama BM tu ngga beda jauh ya soalnya sama-sama nyampein

pesan, tapi BM yang sering saya dapet itu isinya tentang kayak berita gitu. Kalo

BBM kan kayak sering buat ngobrol aja gitu

Q : Berarti Ibu sering dong dapet BM?

A : Jadi kalo ngga salah setelah dua bulan pake BB, saya suka sering dapet beberapa

BM gitu dari ibu-ibu itu. BM nya itu isinya macem-macem, ada yang lucu, ada

yang serem, ada yang ngasih tau informasi gitu

Q : Seringnya ampir tiap hari Bu?

A : Ya setiap hari pasti dapet *broadcast*, biasanya yang paling sering itu ya yang informasi-informasi gitu, kayak misalnya yang tentang komodo itu, tentang

penculikan anak kecil, tentang operasi massal gratis, ya yang kayak gitu deh.

Yang lucu-lucu juga pernah, tapi yang paling sering ya yang kayak tadi itu, terus

biasanya pasti saya sebar lagi soalnya sekarang teman-teman saya udah nambah

Q : Kalo selama ini biasanya gimana?

A : Selama ini sih *broadcast* yang saya dapet itu kebanyakan informasi jadi pasti Bermanfaat bagi orang lain jadi sudah pasti akan saya sebar kembali

Q : Jadi menurut Ibu BM tu bagus apa ngga?

A : Hmm.. kalo kata saya sih BM itu sebenarnya bagus terus cepat untuk nyebarin pesan, jadi orang-orang itu ngga ketinggalan berita terbaru

Q : Kalau dapet BM gitu, Ibu langsung percaya ngga?

A : Ya kalo dibilang langsung percaya sih ngga juga, soalnya kan belum tentu bener.

Saya kan punya suami, jadi saya pasti nanya minbta pendapat dulu sama suami

saya atau ngga ya sama ibu-ibu di BB saya soalnya kan biasanya BM itu dari ibu-

ibu itu.

Q : Ibu sering ngga dapet BM yang isinya tu bikin orang cemas atau takut?

A : Iya kalo BM tentang yang bikin cemas sama khawatir emang sering juga saya dapet. Kadang-kadang saya juga jadi panik duluan bacanya padahal bisa aja

BM

nya salah atau ngga saya yang salah baca

Q : Kalo kayak gitu, Ibu langsung percaya apa ngga?

A : Saya sih ngga selalu langsung percaya sama BM yang isinya bikin takut atau cemas soalnya kan belum tentu juga isi BM nya bener

Q : Ooo.. emangnya BM yang bener menurut Ibu yang kayak gimana?

A : Kalo kata saya sih BM yang isinya bener tuh yang sumbernya jelas dari mana, kalo perlu ditulis. Terus juga biasanya yang saya tahu BM yang bener itu yang ada

alamat *website*, kalo perlu mungkin nomor telepon yang bisa dihubungi

Q : Ni Bu, aku mau nanya ni pendapat Ibu ada empat *broadcast*

A : Ooo, iya gpp Mba

Q : Ibu pernah dapet BM kayak gini ngga yang tentang demo?

A : (membaca sebentar) Nah ini dia ni Mba, saya pernah nih dapet BM ini sama banget lagi dapet tiga juga. Tau ngga Mba, pas abis dapet BM itu, saya sama suami langsung bingung, beneran apa ngga ya? Tapi tadi kita liat di atas kan ada

tulisan “Pemberitaan di Kompas” udah gitu kan ngga cuma di Jakarta aja tapi di

luar kota yang kotanya besar juga, jadi kita mikirnya ini emang bener bakal kejadian lagi. Itu bener-bener cemas Mba soalnya kalo kerusuhan berarti parahkan, liat aja yang 1998, ih ngeri deh ngebayanginnya

Q : Menurut Ibu, ini *hoaks* apa ngga?

A : Iya Mba, kan ada tulisannya tuh “Pemberitaan Kompas”, jadi kayaknya kalau *hoaks* juga ngga mungkin deh, masa kompas nyebar kabar *hoaks*? Udah gitu yang

versi ketiga itu ada tulisan dapet kabar dari anggota Paspampres dan Ketua Vihara

Padumuttara, Tangerang

Q : Kaget ngga Mba baca tiga BM itu?

A : Saya emang kaget pas pertama baca tiga BM ini, tapi abis baca semuanya, saya

tanya dulu ke suami saya, menurutnya *broadcast* ini benar karena ada tulisan

“Pemberitaan di Kompas”. Saya juga nanya ke ibu-ibu dan juga yang kirim BM

ini ke saya, mereka juga sama ternyata, mereka percaya dan sempet takut soalnya

jadi ngga bisa kemana-mana.

Q : Tapi waktu itu BBM nya Ibu sebarin juga ngga?

A : Iya BM yang ini langsung saya sebarin lagi karena teman-teman yang lain karena ini pemberitaannya ditulis dari Kompas yang seharusnya dapat dipercaya kebenarannya

Q : Ooo, terus temennya pada percaya Bu?

A : Iya percaya juga apalagi yang cewek-cewek

Q : Tapi kan demo nya sebenarnya masih belum pasti Bu

A : Kerusuhan itu memang belum tentu terjadi, tetapi ngga ada salahnya tetap berhati-hati hehehe

Q : Ternyata tanggal 23 itu ngga ada kerusuhan kan ya Bu, gimana tu Bu?

A : Iya ternyata tanggal 23 itu ngga ada apa-apa. Agak kesel juga sih saya soalnya itu

kan bikin takut terus ngga bisa kemana-mana juga. Kompas tuh bohong ya?

Padahal dia kan koran besar dan dipercaya

Q : Iya sih, tapi mungkin harusnya cari tahu juga ke koran-koran lain kali ya

Bu, biar jelas daripada kayak gitu

A : Karena ternyata ngga ada demo-demo itu, harusnya saya jangan percaya dulu ya,

mana udah di sebar lagi BM nya ke yang lain. Tapi ya udahlah (tersenyum)

Q : Hehe, iya.. kalo BM tentang narkoba ini pernah dapet juga ngga Bu?

A : Saya juga pernah nih dapet *broadcast* tentang narkoba ini. Saya tu kan kalau udah

ada hubungannya sama anak pasti langsung kasih tahu ke suami. Sebenarnya sih

belum ngaruh banget ke anak saya karena dia juga masih satu tahun tapi kita orang tuanya juga tetep harus waspada, nah *broadcast* ini tuh penting banget buat yang punya anak SD

Q : Iya, terus Ibu langsung percaya juga ?

A : Ya saya ngga langsung percaya juga sih Mba, tar takutnya kayak yang demo itu lagi. Makanya saya tanya dulu ke suami, abis itu nanya juga ke ibu-ibu. Udah gitu ngomongin ini juga di grup BB jadi biar lebih banyak infonya. Ibu-ibu itu kan pasti lebih ngerti

Q : Ibu di BB nya ada grup ngga?

A : Ada

Q : Siapa aja Bu?

A : Ya ibu-ibu komplek itu

Q : Nah kalo di grup Ibu pernah ngga ngomongin ini sama ibu-ibu itu?

A : Iya diomongin, abis ngobrol di grup sama ibu-ibu tentang narkoba itu, saya sih percaya aja walaupun ngga terlalu berpengaruh soalnya anak saya masih satu tahun. Tapi saya tetep nyebarin BM ini ke teman lain yang emang punya anak SD.

Q : Ooo gitu, berarti tetep disebar kan ya?

A : Iya, walaupun memang belum terlalu terpengaruh bagi anak saya, akan tetap saya sebarkan karena BM ini penting untuk ibu yang memiliki anak SD biar lebih waspada dan mengawasi jajan anaknya

Q : Kalo emang ini BM nya bener, mudah-mudahan ngga ada koran lagi ya Bu?

A : Iya Mba, tapi si mudah-mudahan ini beritanya ngga bener, soalnya kasian anak-

anak itu kan masih kecil, bisa rusak kalo pake narkoba (menggelengkan kepala)

Q : Terus kalau BM tentang nomor ini pernah tau ngga Bu?

A : Sebenarnya saya udah sempet baca BM yang ini, awalnya sih saya percaya soalnya kan ada tempat sama jumlah korbannya tapi pas saya ceritain ke suami,

saya malah ngga percaya sama sekali. Kata suami itu ngga mungkin, lagian kan

temen saya di BB ga sampe 25 orang, jadi saya udah ngga terlalu peduli.

Q : Tapi Ibu percaya ngga waktu pertama baca?

A : Waktu saya dapet BM ini awalnya saya memang percaya, tapi waktu saya nanya

suami, ini pasti ngga beneran jadi abis suami saya ngomong kayak gitu, saya ngga

sebarin BM ini ke orang lain.

Q : Ibu ngga nanya ke yang ngirim juga?

A : Ngga Mba, males juga saya biarin aja. Kata suami saya juga ngga bener. Lagian

juga nomor itu ngga telepon saya

Q : Lah kalo misalny tiba-tiba nomor itu telepon gimana bu?

A : Ya ngga usah diangkat, ngga kenal juga kan (ekspresi kesal)

Q : Ooo, oke deh hehehe... nah kalo yang ini ni Bu, pernah ngga dapet BM nya?

(tentang Progesterex)

A : Ya ampun, saya baru baca ni Mba yang ini. Aduh kok serem banget ya, bisa bikin

sampe ngga bisa hamil gitu lagi. Ini *broadcast* penting banget Mba buat cewek-

cewek terutama biar lebih hati-hati.

Q : Hehe.. kaget ya Bu, kalo kayak gini langsung Bu sebarin ngga?

A : Iya kaget banget waktu baca BM ini tadi, serem banget. Kalo yang kayak gini

udah pasti akan saya sebarkan BM ini terutama yang cewek-cewek biar pada hati-

hati terutama kalo ada yang nawarin minuman gratis tapi ngga kenal orangnya

Q : Tapi Bu percaya ya?

A : Kalo kayak gini kayaknya bener ya Mba, saya kayaknya pernah denger nama obatnya tapi belum tau sih obat buat apa. Tapi saya tetap bakal nanya dulu sama

suami dan ibu-ibu komplek itu di grup

Q : Iya. Oke, kalo menurut Ibu niy ada manfaatnya ngga sih punya BB buat Ibu?

A : Pertamanya sih ya itu tadi Mba, untuk mesen-mesen sayur atau ngga lauk pauk

jadi ibu-ibu bisa lebih cepet dapet sama lebih gampang ngurusnya. Sekarang manfaatnya udah bertambah jadi telepon yang ngasih informasi lewat BM

Q : Iya. Kalo kerugiannya ada ngga buat Ibu?

A : Buat saya sih kerugian pake Blackberry paling paket Blackberry yang mahal aja

tapi ya itu udah resiko ya kalo mau pake BB

Q : Iya emang udah resikonya gitu hehe.. Oke deh, terima kasih banyak ya Bu

atas waktunya (tersenyum). Salam buat bapak sama anaknya ya Bu.

A : Oh iya, ngga usah terima kasih segala lah. Mudah-mudahan ngebantu ya buat skripsi. Mudah-mudahan cepet selesai kuliahnya (tersenyum sambil memeluk)

Q : Amin banget Bu hehehe.. Saya pamit ya Bu, Assalamu'alaikum

A : Iya, Wa'alaikum salam

Transkrip wawancara informan

Hari/Tanggal : Minggu, 18 Desember 2011

Tempat : Rumah informan, Bekasi

Nama : MM (inisial)

Pekerjaan : Pedagang sayur keliling

Usia : 30 tahun

Pendidikan : Kelas 2 SMP

Q : Maaf ya Bu ganggu sebentar?

A : ya ngga apa-apa kok

Q : Oke, pertama mau nanya dulu umurnya berapa Bu?

A : Saya umurnya 30 tahun

Q : 30, terus pekerjaannya di sini?

A : Iya, ya dagang sayur Mba tapi keliling di komplek

Q : Terus latar belakang pendidikannya, pendidikan terakhir?

A : Iya mba dulu saya sekolah cuma sampe kelas 2 SMP, habis itu bantu orang tua jualan sayur di kampung. Ya sampai akhirnya setelah nikah saya nekat ke Jakarta

untuk kerja terus di Jakarta saya bekerja juga sebagai tukang sayur keliling, suami

saya kuli bangunan

Q : Ibu asalnya dari mana?

A : Saya mah dari Tegal Mba (dengan logat Tegalnya)

Q : Ibu udah lama pindah ke Jakarta?

A : Hmm.. Iya udah lumayan lama juga

Q : Ooo... sejak kapan tu Bu?

A : Saya sih udah dari tahun 2004 pindah ke Jakarta. Terus tahun 2008, saya, suami

saya sama satu anak saya waktu itu baru satu tahun pindah nyari kontrakan di Bekasi soalnya kontrakan di Jakarta udah selesai waktunya, tapi kalo diperpanjang, kita ngga bisa bayar lagi soalnya bayar kontrakkannya naik

Q : Ooo gitu, ribet ngga Bu?

A : Yah udah biasa aja Mba (tersenyum)

Q : Nah Ibu kan pake BB nih, gimana nih Bu ceritanya bisa punya BB?

A : Selama tujuh tahun bekerja, saya berusaha untuk menyisihkan uang tiap bulan untuk ditabung berapa pun saya bisanya supaya nanti kalo tiba-tiba butuh duit bisa pake tabungan itu. Nah, saya kan keliling-keliling kenal sama beberapa ibu-

ibu komplek yang kebanyakan pake Blackberry. Tiba-tiba delapan bulan yang lalu ada beberapa ibu yang nyuruh saya pake BB karena mereka pengen pesen sayuran sama lauk jadi kalo pas saya dateng ke sana mereka tinggal ambil terus

bayar. Lalu ada seorang ibu bilang ke saya kalo dia mau jual BB-nya, mau beli yag baru. Dia nawarin ke saya, kalo saya mau bayarnya boleh nyicil tiap bulan bayarnya sebisa saya. Akhirnya saya ambil BB nya

Q : Ooo, baik juga ya Bu, pertama pake BB bingung ngga Bu?

A : Pertamanya saya bingung gimana pake BB ini, akhirnya saya nyoba-nyoba sama

suami saya sampai akhirnya kita ngerti BBM sama BM. Jadi sejak ngerti sampe

sekarang kalo saya lagi dagang saya bawa BB soalnya ternyata ibu-ibu itu banyak

yang pesen lewat BBM atau ngga BM

Q : Ibu sering BM juga?

A : Iya, lumayanlah

Q : Nah kalo pendapat Ibu tentang *broadcast message* tu apa ?

A : Kata saya sih BBM sama BM tu ngga beda jauh ya soalnya sama-sama nyampein

pesan, tapi BM yang sering saya dapet itu isinya tentang kayak berita gitu. Kalo

BBM kan kayak sering buat ngobrol aja gitu

Q : Berarti Ibu sering dong dapet BM?

A : Jadi kalo ngga salah setelah dua bulan pake BB, saya suka sering dapet beberapa

BM gitu dari ibu-ibu itu. BM nya itu isinya macem-macem, ada yang lucu, ada

yang serem, ada yang ngasih tau informasi gitu

Q : Seringnya ampir tiap hari Bu?

A : Ya setiap hari pasti dapet *broadcast*, biasanya yang paling sering itu ya yang informasi-informasi gitu, kayak misalnya yang tentang komodo itu, tentang

penculikan anak kecil, tentang operasi massal gratis, ya yang kayak gitu deh.

Yang lucu-lucu juga pernah, tapi yang paling sering ya yang kayak tadi itu, terus

biasanya pasti saya sebar lagi soalnya sekarang teman-teman saya udah nambah

Q : Kalo selama ini biasanya gimana?

A : Selama ini sih *broadcast* yang saya dapet itu kebanyakan informasi jadi pasti Bermanfaat bagi orang lain jadi sudah pasti akan saya sebarakan kembali

Q : Jadi menurut Ibu BM tu bagus apa ngga?

A : Hmm.. kalo kata saya sih BM itu sebenarnya bagus terus cepat untuk nyebarin pesan, jadi orang-orang itu ngga ketinggalan berita terbaru

Q : Kalau dapet BM gitu, Ibu langsung percaya ngga?

A : Ya kalo dibilang langsung percaya sih ngga juga, soalnya kan belum tentu bener.

Saya kan punya suami, jadi saya pasti nanya minbta pendapat dulu sama suami

saya atau ngga ya sama ibu-ibu di BB saya soalnya kan biasanya BM itu dari ibu-

ibu itu.

Q : Ibu sering ngga dapet BM yang isinya tu bikin orang cemas atau takut?

A : Iya kalo BM tentang yang bikin cemas sama khawatir emang sering juga saya dapet. Kadang-kadang saya juga jadi panik duluan bacanya padahal bisa aja

BM

nya salah atau ngga saya yang salah baca

Q : Kalo kayak gitu, Ibu langsung percaya apa ngga?

A : Saya sih ngga selalu langsung percaya sama BM yang isinya bikin takut atau cemas soalnya kan belum tentu juga isi BM nya bener

Q : Ooo.. emangnya BM yang bener menurut Ibu yang kayak gimana?

A : Kalo kata saya sih BM yang isinya bener tuh yang sumbernya jelas dari mana, kalo perlu ditulis. Terus juga biasanya yang saya tahu BM yang bener itu yang ada

alamat *website*, kalo perlu mungkin nomor telepon yang bisa dihubungi

Q : Ni Bu, aku mau nanya ni pendapat Ibu ada empat *broadcast*

A : Ooo, iya gpp Mba

Q : Ibu pernah dapet BM kayak gini ngga yang tentang demo?

A : (membaca sebentar) Nah ini dia ni Mba, saya pernah nih dapet BM ini sama banget lagi dapet tiga juga. Tau ngga Mba, pas abis dapet BM itu, saya sama suami langsung bingung, beneran apa ngga ya? Tapi tadi kita liat di atas kan ada

tulisan “Pemberitaan di Kompas” udah gitu kan ngga cuma di Jakarta aja tapi di

luar kota yang kotanya besar juga, jadi kita mikirnya ini emang bener bakal kejadian lagi. Itu bener-bener cemas Mba soalnya kalo kerusuhan berarti parahkan, liat aja yang 1998, ih ngeri deh ngebayanginnya

Q : Menurut Ibu, ini *hoaks* apa ngga?

A : Iya Mba, kan ada tulisannya tuh “Pemberitaan Kompas”, jadi kayaknya kalau *hoaks* juga ngga mungkin deh, masa kompas nyebar kabar *hoaks*? Udah gitu yang

versi ketiga itu ada tulisan dapet kabar dari anggota Paspampres dan Ketua Vihara

Padumuttara, Tangerang

Q : Kaget ngga Mba baca tiga BM itu?

A : Saya emang kaget pas pertama baca tiga BM ini, tapi abis baca semuanya, saya

tanya dulu ke suami saya, menurutnya *broadcast* ini benar karena ada tulisan

“Pemberitaan di Kompas”. Saya juga nanya ke ibu-ibu dan juga yang kirim BM

ini ke saya, mereka juga sama ternyata, mereka percaya dan sempet takut soalnya

jadi ngga bisa kemana-mana.

Q : Tapi waktu itu BBM nya Ibu sebarin juga ngga?

A : Iya BM yang ini langsung saya sebarin lagi karena teman-teman yang lain karena ini pemberitaannya ditulis dari Kompas yang seharusnya dapat dipercaya kebenarannya

Q : Ooo, terus temennya pada percaya Bu?

A : Iya percaya juga apalagi yang cewek-cewek

Q : Tapi kan demo nya sebenarnya masih belum pasti Bu

A : Kerusuhan itu memang belum tentu terjadi, tetapi ngga ada salahnya tetap berhati-hati hehehe

Q : Ternyata tanggal 23 itu ngga ada kerusuhan kan ya Bu, gimana tu Bu?

A : Iya ternyata tanggal 23 itu ngga ada apa-apa. Agak kesel juga sih saya soalnya itu

kan bikin takut terus ngga bisa kemana-mana juga. Kompas tuh bohong ya?

Padaahal dia kan koran besar dan dipercaya

Q : Iya sih, tapi mungkin harusnya cari tahu juga ke koran-koran lain kali ya

Bu, biar jelas daripada kayak gitu

A : Karena ternyata ngga ada demo-demo itu, harusnya saya jangan percaya dulu ya,

mana udah di sebar lagi BM nya ke yang lain. Tapi ya udahlah (tersenyum)

Q : Hehe, iya.. kalo BM tentang narkoba ini pernah dapet juga ngga Bu?

A : Saya juga pernah nih dapet *broadcast* tentang narkoba ini. Saya tu kan kalau udah

ada hubungannya sama anak pasti langsung kasih tahu ke suami. Sebenarnya sih

belum ngaruh banget ke anak saya karena dia juga masih satu tahun tapi kita orang tuanya juga tetep harus waspada, nah *broadcast* ini tuh penting banget buat yang punya anak SD

Q : Iya, terus Ibu langsung percaya juga ?

A : Ya saya ngga langsung percaya juga sih Mba, tar takutnya kayak yang demo itu lagi. Makanya saya tanya dulu ke suami, abis itu nanya juga ke ibu-ibu. Udah gitu ngomongin ini juga di grup BB jadi biar lebih banyak infonya. Ibu-ibu itu kan pasti lebih ngerti

Q : Ibu di BB nya ada grup ngga?

A : Ada

Q : Siapa aja Bu?

A : Ya ibu-ibu komplek itu

Q : Nah kalo di grup Ibu pernah ngga ngomongin ini sama ibu-ibu itu?

A : Iya diomongin, abis ngobrol di grup sama ibu-ibu tentang narkoba itu, saya sih percaya aja walaupun ngga terlalu berpengaruh soalnya anak saya masih satu tahun. Tapi saya tetep nyebarin BM ini ke teman lain yang emang punya anak SD.

Q : Ooo gitu, berarti tetep disebar kan ya?

A : Iya, walaupun memang belum terlalu terpengaruh bagi anak saya, akan tetap saya sebarkan karena BM ini penting untuk ibu yang memiliki anak SD biar lebih waspada dan mengawasi jajan anaknya

Q : Kalo emang ini BM nya bener, mudah-mudahan ngga ada koran lagi ya Bu?

A : Iya Mba, tapi si mudah-mudahan ini beritanya ngga bener, soalnya kasian anak-

anak itu kan masih kecil, bisa rusak kalo pake narkoba (menggelengkan kepala)

Q : Terus kalau BM tentang nomor ini pernah tau ngga Bu?

A : Sebenarnya saya udah sempet baca BM yang ini, awalnya sih saya percaya soalnya kan ada tempat sama jumlah korbannya tapi pas saya ceritain ke suami,

saya malah ngga percaya sama sekali. Kata suami itu ngga mungkin, lagian kan

temen saya di BB ga sampe 25 orang, jadi saya udah ngga terlalu peduli.

Q : Tapi Ibu percaya ngga waktu pertama baca?

A : Waktu saya dapet BM ini awalnya saya memang percaya, tapi waktu saya nanya

suami, ini pasti ngga beneran jadi abis suami saya ngomong kayak gitu, saya ngga

sebarin BM ini ke orang lain.

Q : Ibu ngga nanya ke yang ngirim juga?

A : Ngga Mba, males juga saya biarin aja. Kata suami saya juga ngga bener. Lagian

juga nomor itu ngga telepon saya

Q : Lah kalo misalny tiba-tiba nomor itu telepon gimana bu?

A : Ya ngga usah diangkat, ngga kenal juga kan (ekspresi kesal)

Q : Ooo, oke deh hehehe... nah kalo yang ini ni Bu, pernah ngga dapet BM nya?

(tentang Progesterex)

A : Ya ampun, saya baru baca ni Mba yang ini. Aduh kok serem banget ya, bisa bikin

sampe ngga bisa hamil gitu lagi. Ini *broadcast* penting banget Mba buat cewek-

cewek terutama biar lebih hati-hati.

Q : Hehe.. kaget ya Bu, kalo kayak gini langsung Bu sebarin ngga?

A : Iya kaget banget waktu baca BM ini tadi, serem banget. Kalo yang kayak gini

udah pasti akan saya sebarkan BM ini terutama yang cewek-cewek biar pada hati-

hati terutama kalo ada yang nawarin minuman gratis tapi ngga kenal orangnya

Q : Tapi Bu percaya ya?

A : Kalo kayak gini kayaknya bener ya Mba, saya kayaknya pernah denger nama obatnya tapi belum tau sih obat buat apa. Tapi saya tetap bakal nanya dulu sama

suami dan ibu-ibu komplek itu di grup

Q : Iya. Oke, kalo menurut Ibu niy ada manfaatnya ngga sih punya BB buat Ibu?

A : Pertamanya sih ya itu tadi Mba, untuk mesen-mesen sayur atau ngga lauk pauk

jadi ibu-ibu bisa lebih cepet dapet sama lebih gampang ngurusnya. Sekarang manfaatnya udah bertambah jadi telepon yang ngasih informasi lewat BM

Q : Iya. Kalo kerugiannya ada ngga buat Ibu?

A : Buat saya sih kerugian pake Blackberry paling paket Blackberry yang mahal aja

tapi ya itu udah resiko ya kalo mau pake BB

Q : Iya emang udah resikonya gitu hehe.. Oke deh, terima kasih banyak ya Bu

atas waktunya (tersenyum). Salam buat bapak sama anaknya ya Bu.

A : Oh iya, ngga usah terima kasih segala lah. Mudah-mudahan ngebantu ya buat skripsi. Mudah-mudahan cepet selesai kuliahnya (tersenyum sambil memeluk)

Q : Amin banget Bu hehehe.. Saya pamit ya Bu, Assalamu'alaikum

A : Iya, Wa'alaikum salam



LAMPIRAN 3
(4 Konten *Broadcast Message*)

1. Pemberitaan di KOMPAS, sedang merencanakan REVOLUSI /
Penggulingan Pemerintah

Bentuk Pemerintahan Darurat Transisi

<http://nasional.kompas.com/read/2011/10/16/23142186/Bentuk.Pemerintahan.Darurat.Transisi>

100,000 orang termasuk komponen ormas radikal akan turun ke jalan !!

Benar tidak nya kita tetap hrs waspada saling bantu membantu :

Hati2"! Minggu 23 oktober jangan ke mana-mana! Kemungkinan besar ada pemberhentian presiden yg membuat kerusuhan seperti tanggal mei 98

Prediksi Surabaya,Jakarta,Bandung,Solo,Medan,dan kota2 besar akan terjadi kerusuhan di jalan-jalan besar s dan jika melihat perempuan remaja (etnis tionghoa khususnya) akan diperkosa!

Jadi tolong buat yang cewek-cewek hari minggu tanggal 23 oktober jangan kluar ke mana-mana kemungkinan besar hal ini terjadi..Tidak tau ini hoak/tidak yang penting kita berjaga-jaga demi keselamatan keluarga dan teman-teman kita.

Mohon dibaca dan disimak secara seksama, dan mengantisipasi dan berjaga supaya tidak terjadi dan ada yang dikorban/ditumbalkan waspadai sampai akhir 30 oktober.. Karena indonesia RED WARNING (ni versi pertama yg gw dpt)

Permisi, numpang kasih kabar:
Warning!! Jaga2 WASPADALAH !

Pemberitaan di KOMPAS, sedang merencanakan REVOLUSI /
Penggulingan Pemerintah

Bentuk Pemerintahan Darurat Transisi

<http://nasional.kompas.com/read/2011/10/16/23142186/Bentuk.Pemerintahan.Darurat.Transisi>

100,000 orang termasuk komponen ormas radikal akan turun ke jalan !!

Benar tidak nya kita tetap hrs waspada saling bantu membantu :

Hati2"! Minggu 23 oktober jangan ke mana-mana! Kemungkinan besar ada pemberhentian presiden yg membuat kerusuhan seperti tanggal mei 98

Prediksi Surabaya,Jakarta,Bandung,Solo,Medan,dan kota2 besar akan terjadi kerusuhan di jalan-jalan besar s dan jika melihat perempuan remaja (etnis tionghoa khususnya) akan diperkosa!

Jadi tolong buat yang cewek-cewek hari minggu tanggal 23 oktober jangan kluar ke mana-mana kemungkinan besar hal ini terjadi..Tidak tau ini hoak/tidak yang penting kita berjaga-jaga demi keselamatan keluarga dan teman-teman kita.

Mohon dibaca dan disimak secara seksama, dan mengantisipasi dan berjaga supaya tidak terjadi dan ada yang dikorban/ditumbalkan waspadai sampai akhir 30 oktober.. Karena indonesia RED WARNING:

Bentuk Pemerintahan Darurat Transisi

<http://nasional.kompas.com/read/2011/10/16/23142186/Bentuk.Pemerintahan.Darurat.Transisi>

(UNTUK KALANGAN SENDIRI)

(Ni versi kedua)

Info terbatas, adanya issue kerusuhan pd minggu 23 Oct spy di sikapi dgn serius & hati hati, suami dari sales exc saya adalah anggota Paspampres SBY, kartu siaga merah sdh dia terima, ybs ada didepan saya. Beliau pesan, terjadi atau tidak, sebaiknya waspada.Intel sdh disebar di semua mall/gereja, tembak di tempat apabila perlu. Mohon info ini utk kalangan kita aja.Kabar ini diperoleh dari Bapak Anto, Ketua Vihara Padumuttara Tangerang. (Terusin bm tmn) (ni versi ketiga)

2. Jgn trima telp dr no 087877334352

Itu no brwarna merah ,nOmor tu muncul lagi aws jgn d angkat krn terjadi d cigondng. 5org sudh jd mangsa tlg sbrkn sms/bbm ni ke 25 tmnm.krna no ni sdng mencri tumbal .jk tdk d sbrkn,mk ibumu sbgai pngantiny . Cpt sblm jm 12mlm(NYATA) sorry bm nyari aman, (31 okt 2011)

3. Progesterex

Buat cewek:

hati-hati ya .. udh beredar di indonesia PROGESTEREX
tau gak apa itu ?

itu obat yg dpake PEMERKOSA buat netralisir KORBAN, biar dia GAK
SADAR DIRI & GAK HAMIL .

PEMERKOSA tinggal masukin itu kedalam minuman KORBAN.y .

efek:

BIKIN KITA GAK HAMIL SELAMANYA & MERUSAK SISTEM
REPRODUKSI LAINNYA .

jangan terima minuman sembarangan, terutama dari orang yg gak kita
kenal .

4. Narkoba di SD

Utk yg sdh punya anak ya! Ini Info dr ortu Murid Sklh Internasional Tunas
Muda Kebon Jeruk. Ada NARKOBA jenis baru dg nama STRAWBERRY
QUICK & STRAWBERRY METH

Waspada! sdh beredar di lngkngn sklh,

NARKOBA CRYSTAL bntk bulat, mrip dg prmen POP ROCK rasa &
aroma Strawberry, klo dihisap brdesis dlm mulut. Anak2 berfikir bhw brg
tsb adlh PERMEN. Hati2 krn mnyebabkn ank masuk RS & ketagihan. Ada
jg rasa Cklat, Kcang, Cola, Ceri, Anggur, Jeruk.

PERINGATKN anak u/ tdk menerima Permen dr org2 yg tdk dikenal atau
siapapun atau dr tmn mrk sekalipun