

PONSEL LEBIH DARI SEKEDAR ALAT KOMUNIKASI

Danu Widhyatmoko

Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Komunikasi dan Multimedia, Bina Nusantara University
Jln. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
danu@binus.edu

ABSTRACT

Cellular phone or mobile phone is a telecommunication device extremely consumed by all levels of society in Indonesia. Article presents a reality that mobile phone is not only communication devices. The presentation begins with the history of cell phones, both globally and also by the time of entering and growing in Indonesia. Then will also be discussed whether cell phones are being used properly according to their purpose and benefit by the Indonesian users. Moreover, whether cell phones can be the symbol of the users. Research method used in this paper is literature study, continued with reflective data analysis. It can be concluded that a more comprehensive picture of cultural development in society as a result of cell phones growth in Indonesia will be obtained. (DW)

Keywords: *cellular phone, cultural society*

ABSTRAK

Ponsel, telepon seluler, atau telepon genggam merupakan perangkat yang dikonsumsi secara luar biasa oleh masyarakat Indonesia. Artikel menggambarkan sejarah ponsel, baik di dunia maupun pada saat masuk dan berkembang di Indonesia. Selanjutnya, akan dibahas apakah ponsel tersebut oleh masyarakat pengguna di Indonesia memang diperuntukkan sesuai dengan fungsi dan manfaatnya? Atau lebih dari itu, apakah ponsel dapat menjadi sebuah simbol bagi masyarakat penggunaannya Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah studi literatur yang dilanjutkan dengan analisa data reflektif. Dapat disimpulkan, bisa didapatkan gambaran yang lebih jelas dari perkembangan budaya di masyarakat sebagai hasil dari perkembangan ponsel di Indonesia. (DW)

Kata kunci: *ponsel, simbol, budaya masyarakat*

PENDAHULUAN

Ponsel - akronim dari telepon seluler-semestinya menjadi sebutan yang tepat secara kaidah bahasa Indonesia dari pada penggunaan kata HP (hapé) sebagai bentuk akronim dari *Hand Phone*. Terlebih ponsel di luar sana lebih kerap disebut sebagai *Mobile Phone* dan *Cellular Phone*. Dan, walaupun ingin tetap menggunakan kata HP, pilihan kata ‘telepon genggam’ jauh lebih tepat untuk digunakan.

Lepas dari persoalan bahasa di atas, perkembangan ponsel di Indonesia sungguh luar biasa, seperti dikutip oleh *Antara News* (2010), bahwa perputaran dana di seluruh operator seluler Indonesia telah menembus angka Rp 100 triliun. Sungguh merupakan angka yang luar biasa besar. Dengan perputaran dana sebesar itu tentunya telah terbentuk budaya yang berkembang di dalam pemakaian ponsel tersebut. Budaya yang berkembang bukan hanya mempengaruhi cara berkomunikasi masyarakat, namun juga perilaku dalam berinteraksi dan tingkat konsumsi masyarakat pengguna ponsel dalam membeli perangkat ponsel, aksesoris pendukung, dan pulsa untuk membayar jaringan telekomunikasi yang digunakan.

Artikel bertujuan untuk memahami perkembangan budaya penggunaan ponsel di Indonesia, apakah ponsel tersebut sesuai peruntukannya dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat Indonesia. Artikel disusun menggunakan studi literatur dan analisis reflektif guna menghasilkan gambaran budaya yang terjadi di masyarakat Indonesia.

METODE

Artikel disusun menggunakan pendekatan studi literatur untuk mendapatkan data pendukung serta mencari kerangka teori guna menguatkan hasil penulisan. Kemudian, setelah data diperoleh maka akan dilakukan analisis data reflektif. Analisis Reflektif adalah metode analisa data yang berpedoman pada cara berfikir reflektif. Pada dasarnya metode ini adalah kombinasi yang kuat antara berfikir deduktif dan induktif atau dengan mendialogkan data teoritik dan data empirik secara bolak balik kritis. Dengan metode Analisis Reflektif penulis akan mencari makna yang terkandung dari hasil pengumpulan data yang telah dilakukan untuk diperbandingkan antara literatur yang ada dengan keadaan ataupun fenomena yang tertangkap, sehingga dapat diperoleh simpulan data yang rasional dan ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

“Bisa tolong setelin Facebook di hapé saya ‘ndak, Pak? Temen-temen sudah punya, saya belum, Pak.” Percakapan tersebut dilontarkan oleh pekerja rumah tangga yang tinggal dan bekerja di rumah penulis. Pernyataan sederhana yang dapat menjadi sebuah representasi sederhana atas kebutuhan yang berkembang di tingkat masyarakat bawah. Namun pernyataan sederhana tersebut meninggalkan pertanyaan yang tak sederhana, yaitu “Seberapa perlukah mereka menggunakan fasilitas aplikasi Facebook tersebut dalam keseharian?” Sedang untuk mendapatkan ponsel yang dapat menjalankan aplikasi Facebook dibutuhkan bukan sekedar ponsel biasa, setidaknya harus masuk ke dalam jajaran ponsel *smartphone* dan membutuhkan pulsa lebih karena harus membayar fasilitas jaringan internet agar dapat terhubung dengan aplikasi Facebook.

Ponsel (telepon seluler) memulai sejarahnya pada tahun 1910 ketika Lars Magnus Ericsson, pendiri perusahaan yang kini dikenal dengan nama Sony Ericsson menciptakan sebuah alat yang menjadi cikal bakal ponsel. Setelah mengawali sebagai alat komunikasi berbasis kepentingan militer maka pada tahun 1969 dimulailah babak baru ponsel sebagai sistem telekomunikasi yang

dikomersialkan. Perkembangan pesat ponsel dimulai pada tahun 1970-an saat didominasi oleh Nokia dan Erickson di Eropa dan Motorola di Amerika. Lalu bergulirlah teknologi ponsel berbasis 1G (G menunjukkan generation technology) menggunakan sistem analog dan hanya dapat menjadi lalu lintas suara, 2G sudah digital sudah dapat memanfaatkan SMS, kemudian 3G sudah berfungsi sebagai media transfer data dengan kecepatan tinggi, dan yang sedang dikembangkan saat ini adalah 4G yang memberikan kapasitas jauh lebih besar serta komprehensif, yaitu suara, data, dan arus multimedia dapat sampai kepada pengguna kapan saja dan di mana saja.

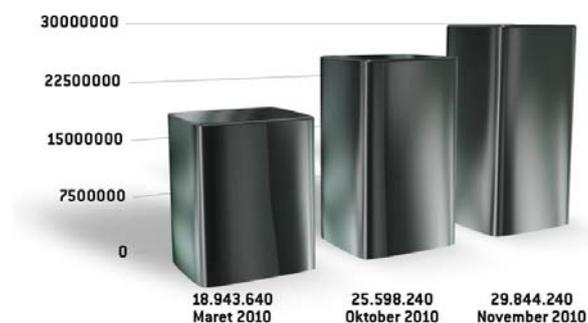


Gambar 1 Satelindo dan Telkomsel operator GSM Pertama di Indonesia

Sedang untuk Indonesia, perkembangan ponsel dimulai pada tahun 1984. Pada tahun 1985-1992 ponsel sudah mulai beredar di Indonesia, namun tidak bisa dimasukkan ke dalam saku baju atau celana karena bentuknya yang besar dan panjang, dengan berat rata-rata 430 gram (hampir setengah kilogram), dan harga berkisar di atas 10 juta perunit. Kemudian pada tahun 1993 PT Telkom memulai proyek percontohan seluler digital Global System for Mobile (GSM) di dua pulau Pulau Batam dan Pulau Bintan, dari keberhasilan ujicoba tersebut lahirlah Telkomsel. Sedang setahun sebelumnya PT Satelit Palapa Indonesia (Satelindo) beroperasi lebih dahulu sebagai operator GSM pertama di Indonesia. (Suara Media, 2010).

Menurut data yang didapat dari Asosiasi Telekomunikasi Selular Indonesia (ATSI) pada bulan Juli 2010, jumlah pengguna telepon seluler di Indonesia mencapai 180 juta nomor, sebanyak 95% adalah pelanggan prabayar. Dari angka pendapatan, diperoleh data total dari seluruh operator seluler tersebut telah menembus angka Rp 100 triliun (Antara News, 2010). Sungguh sebuah angka yang sangat luar biasa. Dengan data tersebut, menjadi jelas terlihat mengapa Indonesia tetap menjadi primadona bagi operator telekomunikasi berbasis ponsel.

Lalu apabila dikaitkan dengan perkembangan teknologi informasi, terdapat 25,4 juta pengguna internet di Indonesia, 15 juta dari angka tersebut mengakses internet menggunakan perangkat seluler. Antara tahun 2009 hingga 2010 terdapat kenaikan jumlah pengakses internet lewat perangkat seluler sebesar 26%. Sedang yang mengakses jejaring sosial media online naik sebesar 19%. (Digital Indonesia, 2010).



Gambar 2 Data Pengguna Facebook di Indonesia

Namun, dari data di Gambar 2 ditemukan bahwa akses terbesar yang dituju oleh pengguna internet di Indonesia berorientasi ke Facebook. (Alexa.com, 2010). Bila melihat negara lain didominasi oleh Google sebagai puncak alamat web yang dituju namun di Indonesia menjadi ironi karena berarti kebutuhan berinternet tersebut hanya sebatas untuk pertemanan, sosialisasi bukan mencari dan memanfaatkan data dengan baik. Waktu yang dihabiskan dalam mengarungi dunia maya bukan berorientasi kepada sesuatu yang bersifat mencerdaskan atau menambah pengetahuan. Terlebih ditambah dengan data yang ditulis oleh Yung Hui Lim (2010) bahwa Indonesia adalah negara pengakses Facebook nomor 1 di Asia, sebuah prestasi yang bermuatan ironi. Sedang data yang ditulis oleh Radwanick (2010), Indonesia bersama Brazil dan Venezuela menempatkan diri sebagai negara pengakses Twitter tertinggi. Sebanyak 19,344 juta pengguna Twitter dunia itu berasal dari Indonesia, dengan tingkat pertumbuhan mencapai 20,8% pada Juni 2010. Bukan hal yang luar biasa apabila *trending topic* (topik/tema yang sedang menjadi bahasan paling populer) di Twitter itu berasal dari Indonesia. Dan Twitter sebagai layanan *microblogging* (blog dengan jumlah huruf terbatas, hanya 140 karakter saja) dapat diakses dengan mudahnya lewat ponsel.

Kombinasi data antara naiknya penggunaan perangkat seluler untuk mengakses internet dan betapa tingginya jejaring sosial media online diakses oleh masyarakat Indonesia, dapat menjadi satu indikator sederhana bahwa masyarakat Indonesia menggunakan perangkat seluler tersebut untuk berjejaring sosial media online. Terlebih bila dikaitkan dengan perputaran uang yang bergerak di industri seluler tersebut yang mencapai angka Rp 100 triliun, betapa besar dana yang telah dikeluarkan oleh masyarakat Indonesia dalam mengkonsumsi pulsa.

Manusia Makhluk Bermasyarakat

Zoon Politicon yang dikemukakan oleh Aristoteles menjelaskan bahwa manusia itu adalah makhluk yang suka berkumpul dan bermasyarakat, secara naluriah dari dahulu kala sehingga pemenuhan berupa hasrat yang terkompensasikan dengan jejaring sosial semacam Facebook (Siradj, 2009). Tak hanya Facebook, ponsel sebagai media pengantarnya pun merupakan bagian dari pemenuhan hasrat naluri untuk berkumpul dan bermasyarakat. Ponsel digunakan tak sekedar untuk berkomunikasi lewat suara. Fungsinya semakin meluas dan terus bertambah. Ditambahkan dengan fasilitas yang dapat mengirimkan pesan singkat (SMS), kemudian seiring dengan bertambahnya teknologi (3G), ponsel dimungkinkan untuk menjalankan fungsi multimedia (mengambil foto, mendengarkan musik dan radio, menonton dan merekam film), ditambahkan juga dengan fasilitas penunjang kerja seperti kalender, memo, *task list*, alarm, kalkulator. Terakhir, dikarenakan lebar akses data digital semakin luas maka dimungkinkanlah masuknya teknologi internet di dalamnya. Era teknologi tersebutlah sebagai gerbang masuk aplikasi jejaring sosial semisal Facebook dan Twitter.

Naluri sebagai manusia dengan karakter masyarakat Indonesia yang memang senang berkumpul sambil berbincang-bincang juga silaturahmi akhirnya bertemu dengan teknologi yang memungkinkan menggandakan aktivitas bermasyarakatnya tersebut. Terlebih masyarakat Indonesia sebagai negara yang tak menggenggam budaya membaca dan menulis yang mengakar tiba-tiba menerima sebuah budaya baru yang memudahkan untuk mengemukakan pendapat. Pendapat yang dapat disampaikan tersebut tak terbatas hanya dalam bentuk teks saja, namun melebar ke wilayah audio visual. Maka bermunculan lah teks serta visual memenuhi ruang media komunikasi.

Pesan singkat saling terkirim memenuhi ruang simpan (*mailbox*) dari peralatan komunikasi, apabila dirunut tingkat kepentingannya maka mungkin saja pesan tersebut tak berisi informasi apapun selain *obrolan* kosong yang jauh dari makna. *Wall* Facebook dipenuhi dengan informasi yang berkuat kepada informasi yang teramat personal, misalnya “sedang makan apa?”, “sedang berada di mana,” dan “sedang melakukan apa.” Kesemuanya itu tak memiliki kaitan yang kuat dengan hal lain yang bermanfaat. Ruang media komunikasi dipenuhi dengan informasi personal yang tidak penting, tak lebih hanya sekedar menjadi bentuk eksistensi yang semu. Hal tersebut sejalan dengan yang dituliskan oleh Hikmat Budiman, kecenderungan berkurangnya kemampuan individu dalam menemukan relasi

bermakna di antara informasi yang jumlahnya sudah terlampau banyak, sehingga upaya menetapkan makna bukan saja sulit melainkan bahkan hampir tidak mungkin. Ketika seseorang mendapat seratus surat elektronik atau lebih di dalam *Mailbox* aplikasi email-*client*-nya setiap hari, karena ia menjadi anggota beberapa mailing list sekaligus, atau ratusan pesan SMS (*short message system*) atau bahkan kiriman data digital melalui fasilitas multimedia *system* dalam telepon genggamnya, misalnya, makna apa yang bisa ditemukannya di antara timbunan informasi tersebut selain hanya setumpukan data yang menunggu diinterpretasikan. (Menarasikan Cyberspace, Sebuah Pemetaan Teoritis Awal, 2009).

Menyambung kembali karakter masyarakat Indonesia yang senang berkumpul, dengan jargon “mangan ora mangan sing penting kumpul” (makan tidak makan yang penting kumpul) ternyata juga masuk ke dalam aktivitas dalam berponsel. Seperti dikutip oleh Palembang Pos (2009), seorang warga yang mengaku bernama Abang (24). Dikatakannya, uang BLT yang didapat itu akan dibelikan voucher (pulsa red) saja. “Uangnya kan tidak seberapa, cuma Rp 200 ribu. Ya, paling buat beli pulsa saja.” Bayangkan dana yang diperoleh dari bantuan tunai pemerintah dapat meleset dari sasaran, malah dipergunakan untuk masuk ke wilayah konsumtif yang jauh dari peruntukkan awal. Demi untuk berkomunikasi, bersosialisasi. Hal ini sejalan dengan yang ditulis oleh (Bungin, 2007) sebagai ciptaan manusia, maka masyarakat maya menggunakan seluruh metode kehidupan masyarakat nyata sebagai model yang dikembangkan di dalam segi-segi kehidupan maya. Seperti, membangun interaksi sosial dan kehidupan kelompok, membangun stratifikasi sosial, membangun kebudayaan, membangun pranata sosial, membangun kekuasaan, wewenang, dan kepemimpinan, membangun sistem kejahatan dan kontrol-kontrol sosial, dan sebagainya. Lewat pernyataan itu, menjadi jelas tergambar, karakter masyarakat Indonesia yang senang berkumpul adalah sebuah metode kehidupan bermasyarakat Indonesia yang nyata dan kini secara perlahan berkembang menjadi model yang dikembangkan di kehidupan maya, termasuk di dalamnya kehidupan yang berlangsung di masyarakat pengguna media baru seperti ponsel.

Medium is the Message

Bungin (2007) juga menekankan pendapat dari berbagai ahli, salah satu penyebab utama terjadinya era globalisasi yang datangnya lebih cepat dari dugaan semua pihak adalah karena perkembangan pesat teknologi informasi. Implementasi internet, *electronic commerce*, *electronic data interchange*, *virtual office*, *telemedicine*, dan sebagainya telah menerobos batas fisik antarnegara. Penggabungan antara teknologi komputer dan telekomunikasi telah menghasilkan suatu revolusi di bidang sistem informasi. Hal tersebut menekankan era globalisasi yang berdampak sedemikian luas, memberikan satu revolusi di dalam kehidupan masyarakat. Dan, ponsel menjadi salah satu yang membuat percepatan tersebut terjadi. Ponsel sebagai media baru memengaruhi masyarakat.

Sebuah babak baru dimulai. Sejalan dengan yang diungkapkan oleh Marshall McLuhan terkait dengan media memengaruhi masyarakat, terlepas dari fungsi media itu sendiri. Juga seperti yang diungkapkan oleh Littlejohn dan Foss (2009) memperjelas Teori Media Baru dengan pernyataannya: kita menggunakan media sebagai semacam ritual bersama yang membuat kita merasa sebagai bagian dari sesuatu yang lebih besar dari diri kita. Media diritualkan karena media menjadi kebiasaan, sesuatu yang formal dan memiliki nilai yang lebih besar dari penggunaan media itu sendiri. Lewat kacamata ini kita dapat melihat lebih jernih mengapa Si Pekerja Rumah Tangga di awal tulisan ini merasa perlu untuk memiliki akses ke Facebook lewat ponselnya, karena dengan dia memiliki akses tersebut maka dia akan masuk ke sebuah lingkungan yang lebih luas dan tinggi dari lingkungannya dirinya saat ini. Sebelum menggunakan Facebook pun dia harus membeli perangkat ponsel yang memungkinkan dirinya dapat mengakses Facebook, maka dirinya harus membeli sebuah ponsel kategori *smartphone* yang jauh lebih canggih dari ponsel standar yang ada. Saat dirinya membeli ponsel *smartphone* tersebut maka dia pun akan masuk ke golongan yang lebih tinggi dari para pengguna ponsel standar, walaupun tidak semua aplikasi yang terdapat di ponsel *smartphone* tersebut dia gunakan.

Littlejohn dan Foss (2009) juga mengatakan, jika komunikasi lisan menciptakan budaya komunitas dan komunikasi tulisan menciptakan budaya teks, maka komunikasi elektronik menciptakan budaya “sel” atau kelompok yang saling bersaing untuk mempromosikan ketertarikan mereka. Pernyataan tersebut jelas tergambar dalam komunitas para pekerja rumah tangga. Adalah hal yang biasa melihat mereka saling menunjukkan betapa canggihnya ponsel yang mereka miliki. Saat era ponsel *Qwerty* yang didominasi ponsel jenis *Smartphone* maka mereka turut berlomba untuk memiliki jenis ponsel tersebut, termasuk pada saat *BlackBerry* menjadi simbol baru bagi ponsel tercanggih yang ada dan dimiliki oleh masyarakat yang kelasnya di atas mereka. Maka mereka turut mencari ponsel sejenis yang tak harus bermerk sama, yang penting memiliki fungsi yang sama dan tampilan yang mendekati. Maka masuklah ponsel hasil produksi dari Cina dengan harga yang sangat bersaing walau dengan kualitas yang relatif jauh dari ponsel yang memiliki merk terkenal. Tampilan menjadi simbol untuk menaikkan kelas, dan mengalahkan fungsi utama dari ponsel tersebut.

Littlejohn dan Foss (2009) mengutip bahwa Jean Baudrillard lewat Semiotik Media juga melihat hal yang sama. Tanda sebenarnya bukan merupakan bagian alami dari pengalaman yang ditandainya. Sebagai contoh, status, kesejahteraan, dan reputasi dihubungkan dengan materi karena cara mereka ditandai. Hal tersebut jelas tergambar pada ilustrasi di awal. Si Pekerja Rumah Tangga bila ditilik kebutuhannya dalam menggunakan ponsel tentulah tidak seberapa, pastinya tidak membutuhkan ponsel canggih yang masuk dalam kategori *smartphone*. Namun dirinya membutuhkan status di dalam pergaulannya. Di antara para pekerja rumah tangga, ponsel adalah obyek yang dapat memberikan status. Kebanggaan mereka adalah pada saat mereka memiliki ponsel yang canggih seri terbaru. Pada saat pulang kampung adalah waktu bagi mereka untuk memperlihatkan kecanggihannya ponsel mereka, menjadi satu bentuk representasi dari keberhasilan mereka pada saat bekerja di kota. Pada saat mereka berkumpul di antara sesama, mereka akan saling memamerkan kecanggihannya ponsel mereka, bertukar lagu, menyetel lagu bersama-sama dengan menggunakan speaker kecil di ponsel dengan suaranya yang nyaring.



Gambar 3 Deretan Ponsel Kelas Atas (iPhone, Samsung Galaxy S, Blackberry)

Apakah budaya tersebut hanya berlangsung di kelas pekerja rumah tangga? Tidak. Budaya tersebut juga mempengaruhi kelas masyarakat di atasnya. Sebagai penanda adalah ponsel yang lebih berkelas, salah satunya BlackBerry. Seberapa perlu mereka harus menggunakan BlackBerry sebagai perangkat komunikasi mereka? Padahal yang mereka gunakan hanyalah fasilitas untuk ber-BlackBerry Messenger (BBM) saja, untuk *update* status Facebook dan Twitter, mengecek email juga *browsing*. Tidak ada keperluan yang memaksimalkan ponsel tersebut selayaknya sebuah *smartphone*.

Bukan hanya BlackBerry, muncul juga ponsel yang masuk kategori *hi-end* semisal iPhone, Galaxy Samsung, yang kesemuanya diserap oleh konsumen Indonesia, namun sekali lagi walau kelas mereka berada di kelas yang lebih tinggi, namun pemakaiannya pun tak jauh berbeda dengan para pekerja rumah tangga tadi. BlackBerry, iPhone, juga ponsel canggih lain menjadi sebuah simbol bagi status sosial mereka. Hingga terkadang mereka merasa perlu untuk terus menenteng ponsel mereka secara terbuka, tidak menyimpan pada tempatnya. Nilai fungsi dari teknologi yang dimiliki begitu canggih oleh ponsel tersebut tak lagi menjadi nilai utama namun beralih fungsi menjadi segala sesuatu yang bersifat lebih dangkal.

Kepemilikan vs Kegunaan

Masih berangkat dari apa yang dituliskan oleh Baudrillard dalam (Littlejohn dan Foss, 2009) bahwa budaya komoditas kita yang didorong oleh media merupakan salah satu aspek simulasi tempat kita hidup. Lingkungan tiruan memberitahu kita apa yang harus dilakukan --lingkungan ini membentuk selera, pilihan, kesukaan, dan kebutuhan kita. Konsumsi mengambil nilai dari dan dalam konsumsi itu sendiri. Mengonsumsi menjadi sangat penting, bukan apa yang kita konsumsi atau apa yang sebenarnya kita inginkan. Kepemilikan lebih penting dari kegunaan. Produsen berlomba-lomba memenuhi hasrat konsumtif masyarakat, terlebih kondisi masyarakat telah masuk di tataran konsumtif yang sebenarnya tidak memerlukan secara penuh barang tersebut.



Gambar 4 Deretan Ponsel Lokal (Nexian, ht-mobile, K-touch, Asiafone)

Produsen dengan cerdas mengemas produk ponsel dalam sekian lapisan, produk ponsel lokal (baca: diproduksi oleh negara Cina) membanjiri pasaran lokal. Dari yang merk mulai memiliki nama seperti Nexian, HT-Mobile, K-Touch, Ti-Phone hingga nama yang masih jarang terdengar semisal Tiger, Titan, G-Von, Adline Mobile. Termasuk yang tampil dengan pendekatan BlackBerry semisal RedBerry dan SunBerry Mobile. Semua terserap oleh masyarakat, mengisi ceruk pasar lokal kelas bawah. Sedang masyarakat kelas menengah-atas, juga terus berlomba mengonsumsi ponsel terbaru dan tercanggih yang tercipta. Mereka rela mengantri untuk menjadi konsumen pertama yang menggunakan ponsel seri terbaru. Ponsel menjadi satu simbol kebaruan, menjadi satu simbol masyarakat modern dan tak tertinggal oleh perkembangan zaman, ponsel menjadi simbol yang terus ditunggu oleh masyarakat pengguna.

Sebuah hegemoni tercipta, hegemoni yang disyaratkan sebagai proses dominasi, yaitu sebuah ide menumbangkan atau membawahi ide lain - sebuah proses satu kelompok dalam masyarakat menggunakan kepemimpinan untuk menguasai yang lain. Dominasi yang mengatakan bahwa sebuah ponsel itu harus yang paling baru dan yang paling canggih telah tercipta. Dominasi ini telah menumbangkan pemahaman bahwa ponsel tak lebih dari sekedar alat komunikasi antar manusia saja, bahwa ponsel tak lebih dari alat kerja yang dapat memudahkan proses kerja manusia.

PENUTUP

Perkembangan ponsel di Indonesia sangat luar biasa. Namun, di dalam peruntukan dan manfaat, masyarakat pengguna ponsel tidak sepenuhnya sesuai dengan kegunaan maksimal yang bisa didapatkan. Ponsel telah menjadi simbol yang terus ditunggu oleh masyarakat pengguna. Budaya komoditas turut mendukung berkembangnya budaya ini. Mengonsumsi ponsel terbaru, tercanggih, menjadi sesuatu yang sangat penting; bukan karena kebutuhan namun lebih kepada kepemilikan. Dengan menggunakan ponsel terbaru dan tercanggih tersebut membuat si pengguna masuk ke wilayah yang lebih besar dari ponsel itu sendiri, yaitu masuk ke dalam wilayah strata yang lebih tinggi di dalam lingkungan sosial di tempat si pengguna berada. Untuk ke depan, kajian yang dapat diangkat adalah dampak yang ditimbulkan dari perkembangan budaya ini. Bagaimana dampak positif dan negatif yang ditimbulkan? Dan yang tak kalah penting adalah peran apa yang dapat diambil oleh negara dalam menyikapi perkembangan ini. Karena, walaupun perkembangan ponsel secara jelas sanggup menggerakkan roda perekonomian di banyak sisi namun pola hidup konsumtif yang melekat pada para pengguna ponsel tetap harus dibatasi, agar manfaat yang diperoleh dari teknologi media baru tersebut dapat maksimal didapatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alexa.com (2010) *Top Sites in Indonesia*. Alexa.com. Desember 2010.
- Antara News (2010). *Pengguna Ponsel Indonesia akan Capai 80 Persen*. Rabu, 14 Juli 2010.
- Bungin, B.. (2007). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Digital Indonesia (2010). *Yahoo! TNS Net Index Indonesia*, Agustus 2010.
- Littlejohn, S.W., & Foss, K.A. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Siradj HM. (2009). *Mati Gaya Fesbukan Saja*. Surabaya: Jaring Pena.
- Suara Media (2010). *Menelusuri Sejarah Ponsel di Indonesia*. Sabtu 03 April 2010.
- Palembang Pos (2009). *BLT untuk Pulsa dan Kosmetik.*, 18 Maret 2009.
- Radwanick, S. (2010). *Indonesia, Brazil and Venezuela Lead Global Surge in Twitter Usage*. ComScore.com.
- Yung, H. L (2010). *Facebook exceeds 100 milion users in Asia: added 10 million users in October 2010*. 3 November 2010, GreyReview.com.

RIWAYAT PENULIS

Danu Widhyatmoko lahir di kota Tangerang pada 24 Juni 1977. Penulis menamatkan pendidikan S1 di Universitas Trisakti dalam bidang ilmu Desain Komunikasi Visual pada tahun 2000. Saat ini bekerja sebagai Faculty Member - Subject Content Coordinator Jurusan Desain Komunikasi Visual, Fakultas Komunikasi dan Multimedia, BINUS University. Penulis aktif di DGI Indonesia (www.DGI-Indonesia.com) sebagai Research and Development (RnD) Director dan Kepak Garuda (www.KepakGaruda.com) sebagai pemilik dan pengelola.