



BAB II

KAJIAN PUSTAKA



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

A. Landasan Teoritis

1. Komunikasi Pemasaran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Menurut Soemanagara (2008:2-3), komunikasi adalah *“the process of transmitting meaningful symbols between individuals”*. Definisi tersebut memberikan implikasi bahwa komunikasi merupakan sebuah proses sosial yang terjadi antara paling sedikit dua orang, dimana seseorang mengirimkan sejumlah simbol tertentu kepada orang lain.

Pemasaran adalah *“A societal process by which individual and groups obtains what they need and want through creating, offering, and freely exchanging product and service of value with others.”* Dapat dikatakan bahwa proses yang membentuk hubungan antara produsen dengan individu, atau grup dalam menyampaikan jenis-jenis produk: barang dan jasa, dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan, guna mencapai tingkat kepuasan yang lebih tinggi melalui penciptaan produk yang berkualitas.

Hubungan antara pemasaran dengan komunikasi merupakan hubungan yang erat. Penggabungan dari dua kajian: pemasaran dan komunikasi menghasilkan kajian “baru” yang diberi nama komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan aplikasi komunikasi yang ditunjukkan untuk membantu kegiatan pemasaran sebuah perusahaan.

Definisi lain komunikasi pemasaran menurut Soemanagara (2008:4) adalah kegiatan pemasaran dengan menggunakan teknik-teknik komunikasi yang ditujukan untuk memberikan informasi kepada orang banyak dengan harapan agar

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tujuan perusahaan tercapai, yaitu terjadinya peningkatan pendapatan (laba) sebagai hasil penambahan penggunaan jasa atau pembelian produk yang ditawarkan.

Komunikasi pemasaran merupakan bentuk komunikasi yang ditujukan untuk memperkuat strategi pemasaran yang berguna untuk meraih segmentasi yang lebih jauh lebih luas. Kajian ini dapat dikatakan juga sebagai sejumlah upaya untuk memperkuat loyalitas pelanggan terhadap produk atau jasa yang dimiliki oleh perusahaan.

Dari definisi para ahli diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi pemasaran adalah suatu upaya atau strategi dalam memasarkan atribut *tangible* dan *intangible* yang dapat ditawarkan ke pasar guna untuk memperluas segmentasi, mendapatkan laba atau keuntungan serta memperkuat loyalitas pelanggan.

2. Komunikasi Antarbudaya

Menurut Hermawan (2012:4), komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi (pesan, ide, dan gagasan) dari satu pihak kepada pihak lain agar terjadi saling mempengaruhi diantara keduanya. Pada umumnya, komunikasi dapat dilakukan secara verbal maupun non-verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak.

Menurut West dan Turner (2008:5), mendefinisikan komunikasi sebagai proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Dalam pandangan West dan Turner, komunikasi sebagai proses sosial selalu melibatkan manusia serta interaksi.

Menurut Samovar, Porter, dan McDaniel (2010:55), budaya merupakan sekumpulan elemen subjektif dan objektif yang dibuat manusia di masa lampau



yang telah meningkatkan kemungkinan untuk bertahan hidup. Budaya menginformasikan anggotanya apa yang mereka harapkan dalam hidup, sehingga mengurangi kebingungan dalam memprediksikan apa yang diharapkan dalam hidup.

Menurut Mulyana dan Rakhmat (2005:18), budaya adalah suatu konsep yang membangkitkan minat. Secara formal budaya didefinisikan sebagai tatanan pengetahuan, pengalaman, kepercayaan, nilai, sikap, makna, hirarki, agama, waktu, peranan, hubungan ruang, konsep alam semesta, objek-objek materi dan milik yang diperoleh sekelompok besar orang dari generasi ke generasi melalui usaha individu dan kelompok.

Menurut pandangan Dood (dalam Darmastuti, 2013:64), komunikasi antarbudaya meliputi komunikasi yang melibatkan peserta komunikasi yang mewakili pribadi, antarpribadi maupun kelompok dengan menekankan pada perbedaan latar belakang kebudayaan yang mempengaruhi komunikasi para peserta atau partisipan komunikasi.

Konsep Samovar, Porter, dan McDaniel (2010:13) mengenai komunikasi antarbudaya adalah komunikasi yang melibatkan interaksi antara orang-orang yang persepsi budaya dan sistem simbolnya cukup berbeda dalam suatu komunikasi. Komunikasi antarbudaya terjadi ketika anggota dari satu budaya tertentu memberikan pesan kepada anggota dari budaya yang lain.

Menurut Darmastuti (2013:66), beberapa asumsi yang mendasari komunikasi antarbudaya adalah sebagai makhluk sosial, setiap individu akan berkomunikasi dengan individu lainnya kemudian latar belakang budaya yang dimiliki oleh setiap individu akan mempengaruhi individu tersebut dalam berkomunikasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Perbedaan latar belakang budaya akan mempengaruhi perbedaan persepsi

antara komunikator dan komunikan selain itu perbedaan latar belakang budaya juga akan menimbulkan ketidakpastian dalam proses komunikasi antara komunikator dengan komunikan serta pemahaman terhadap budaya lain menjadi satu hal yang penting dalam membangun komunikasi yang efektif.

Lewis dan Slade (dalam Darmastuti, 2013:68), menguraikan tiga kawasan yang paling problematik dalam lingkup pertukaran antarbudaya. Kawasan pertama adalah perbedaan bahasa, hal tersebut disebabkan karena perbedaan makna dari setiap simbol yang digunakan dalam bahasa. Selain itu perbedaan logat, intonasi, dan tekanan yang digunakan dalam setiap bahasa juga seringkali menjadi permasalahan yang muncul dalam komunikasi antarbudaya.

Kawasan kedua adalah perbedaan nilai, hal tersebut disebabkan karena perbedaan ideologi yang dimiliki oleh setiap budaya berbeda-beda. Konflik-konflik yang terjadi di Indonesia lebih banyak disebabkan karena kendala perbedaan nilai. Oleh karena itu, kendala perbedaan nilai merupakan kendala yang harus ditangani secara serius.

Kawasan ketiga yaitu perbedaan pola perilaku, hal ini biasanya muncul karena ketidakmampuan masyarakat kita dalam memahami dan menerjemahkan perilaku budaya yang dimiliki oleh masyarakat lainnya. Perilaku budaya yang teraplikasi dalam sikap dan tindakan sehari-hari, ataupun dalam tindakan komunikasi seringkali diaplikasikan dalam tindakan yang berbeda.

Menurut Liliwari (dalam Darmastuti, 2013:78), fungsi komunikasi antarbudaya ada dua, yaitu fungsi pribadi dan fungsi sosial. Di dalam fungsi pribadi terdapat empat fungsi-fungsi khusus. Fungsi pertama adalah untuk menyatakan identitas sosial. Perilaku dalam menyatakan diri dinyatakan melalui

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tindakan berbahasa, baik secara verbal ataupun non verbal. Dari perilaku berbahasa
C) adalah orang akan tahu identitas diri atau sosial dari seorang individu.

Fungsi kedua adalah untuk menyatakan integrasi sosial. Inti dari konsep integrasi sosial adalah menerima kesatuan dan persatuan antarpribadi, antarkelompok namun tetap mengakui perbedaan-perbedaan yang dimiliki oleh setiap unsur. Didalam komunikasi antarbudaya terdapat latar belakang yang berbeda antara komunikator dan komunikan, karena itu integrasi sosial merupakan tujuan utama komunikasi.

Fungsi ketiga adalah untuk menambah pengetahuan. Latar belakang budaya yang berbeda yang menjadi perbedaan diantara dua orang partisipan dalam komunikasi merupakan sumber pembelajaran di antara mereka. Akibatnya, komunikasi antarbudaya menambah pengetahuan bersama serta saling mempelajari budaya lain ketika komunikator dan komunikan yang berasal dari latar belakang yang berbeda melakukan tindakan komunikasi.

Fungsi keempat dan yang terakhir dalam fungsi pribadi adalah untuk melepaskan diri atau mencari jalan keluar. Sebagai makhluk sosial seringkali kita berkomunikasi dengan individu yang lainnya. Hal tersebut dilakukan dengan maksud untuk melepaskan diri atau mencari jalan keluar atas masalah yang sedang dihadapi.

Di dalam fungsi sosial terdapat empat fungsi-fungsi khusus juga. Fungsi pertama adalah untuk pengawasan. Tindak komunikasi antarbudaya diantara komunikator dan komunikan yang berbeda latar belakang budaya berfungsi untuk mengawasi. Fungsi pengawasan bermanfaat untuk menginformasikan 'perkembangan' tentang lingkungan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Fungsi kedua adalah untuk menjembatani. Komunikasi antarbudaya

mempunyai fungsi menjadi jembatan di antara dua orang yang berbeda budaya.

Fungsi menjembatani ini dapat dilakukan melalui pesan-pesan yang mereka pertukarkan. Keduanya saling menjelaskan perbedaan tafsir atas sebuah pesan, sehingga menghasilkan makna yang sama.

Fungsi ketiga adalah untuk sosialisasi nilai. Fungsi sosialisasi merupakan fungsi untuk mengajarkan dan memperkenalkan nilai-nilai budaya suatu masyarakat kepada masyarakat lain. Fungsi keempat dan terakhir adalah untuk menghibur. Fungsi menghibur ini dapat kita temui dari peristiwa-peristiwa atau tindakan komunikasi antarbudaya yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari.

3 Adaptasi Budaya

Proses penyesuaian diri atau disebut sebagai adaptasi budaya. Ada beberapa pengertian adaptasi budaya. Menurut Ruben dan Stewart (2013:373), beradaptasi terhadap sebuah budaya adalah persoalan sosialisasi dan persuasi. Ia melibatkan pembelajaran yang tepat mengenai representasi pribadi, peta gagasan, aturan-aturan, dan citra hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat dimana kita menjadi anggotanya.

Menurut Harris dan Moran (dalam Mulyana dan Rakhmat, 2009:55) adalah pada dasarnya manusia-manusia menciptakan budaya atau lingkungan sosial mereka sebagai suatu adaptasi terhadap lingkungan fisik dan biologis mereka. Sedangkan Menurut Young Yun Kim (dalam Liliweri, 2001:82), adaptasi antar budaya adalah individu-individu yang tumbuh, dilahirkan dan ditingkatkan pada suatu kebudayaan kemudian pindah ke kebudayaan lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Mulyana dan Rakhmat (2009:174-177), proses adaptasi budaya dapat melahirkan sikap-sikap pada diri seseorang yang memasuki budaya baru berupa sikap menolak lingkungan yang menyebabkan ketidaknyamanan, sikap memusuhi dan agresif kepada negeri pribumi, mencari perlindungan dengan teman setanah air dengan menggunakan stereotip dan akhirnya penyesuaian diri hampir lengkap dengan penerimaan adat istiadat di lingkungan baru tersebut.

Menurut Ruben dan Stewart (2013:375), ada empat tahap adaptasi budaya, yaitu tahap pertama adalah periode “bulan madu”. Dimana saat individu menyesuaikan diri dengan budaya baru yang menyenangkan karena penuh dengan orang-orang baru, serta lingkungan dan situasi baru. Tahap kedua adalah masa dimana daya tarik dan kebaruan sering berubah menjadi frustrasi, cemas, dan bahkan permusuhan karena kenyataan hidup di lingkungan atas keadaan yang asing menjadi lebih terlihat.

Tahap ketiga adalah menandai dimulainya proses penyesuaian kembali karena masing-masing mulai mengembangkan cara-cara mengatasi frustrasi mereka dan menghadapi tantangan situasi baru. Tahap keempat adalah penyesuaian kembali berlanjut. Selama periode ini mungkin akan muncul beberapa macam hasil dari penyesuaian diri.

Kemungkinan hasil yang pertama adalah banyak orang memperoleh kembali level keseimbangan dan kenyamanan dengan mengembangkan hubungan yang penuh makna dan sebuah penghargaan bagi budaya baru. Kedua, ada orang yang tidak bisa sepenuhnya menerima budaya baru tetapi ia bisa menemukan cara yang baik untuk mengatasi persoalan tersebut.

Kemudian kemungkinan dari hasil yang terjadi adalah menemukan cara untuk melakukan yang terbaik meskipun secara substansial disertai dengan ketegangan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dan ketidaknyamanan pribadi. Akhirnya ada pula yang gagal dan menemukan satu-satunya alternatif adalah mengundurkan diri dari situasi itu.

Samovar, Porter, dan McDaniel (2010:482) mengatakan bahwa ada berbagai strategi dalam adaptasi, antara lain yang pertama adalah dengan cara membuat hubungan pribadi dengan budaya tuan rumah. Hubungan langsung dengan budaya tuan rumah mendorong dan memfasilitasi sukses tidaknya proses adaptasi dengan suatu budaya.

Cara yang kedua adalah dengan mempelajari budaya tuan rumah dan mengembangkan pengetahuan mengenai budaya lain merupakan langkah penting pertama dalam meningkatkan komunikasi antarbudaya. Kemudian cara yang terakhir adalah dengan berpartisipasi dalam kegiatan budaya. Cara terbaik untuk mempelajari budaya yang baru adalah dengan berperan aktif dalam budaya tersebut.

Menurut Duran dan Kelly (dalam Shepherd dan rothenbuhler, 2013:40), terdapat enam dimensi dalam adaptasi, yaitu *social composure* yang didefinisikan sebagai keadaan yang dialami komunikator atau pendatang ketika ia mengalami rasa nyaman di dalam lingkungan sosialnya dengan tingkat kekhawatiran komunikasi yang kecil.

Social experience yang didefinisikan sebagai keadaan dimana mereka menikmati dan berpartisipasi secara terbuka dalam lingkungan sosialnya. *Social confirmation* yang didefinisikan sebagai keadaan ketika ia mempertahankan citra sosialnya yang menarik bagi orang lain dan ikut berkomunikasi di dalamnya.

Appropriate disclosure yang didefinisikan sebagai keadaan dimana seseorang menyesuaikan tingkat keterbukaan mereka agar sesuai dengan keintiman situasi saat ini untuk meningkatkan keinginan atau citra positif. *Articulation*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



didefinisikan sebagai kemampuan penggunaan kata-kata yang diucapkan benar

dan diterima dengan baik oleh orang lain. *Wit* didefinisikan sebagai penampilan penggunaan humor yang cepat dan meredakan ketegangan sosial.

4 Teori Kegunaan dan Gratifikasi (*Uses and Gratification Theory*)

Menurut Maslow (dalam West dan Turner, 2008:101), Teori *Uses and Gratifications* adalah perluasan dari teori kebutuhan dan motivasi. Teori kebutuhan dan motivasi menyatakan bahwa orang secara aktif berusaha untuk memenuhi hierarki kebutuhannya. Setelah mereka memperoleh tujuan yang mereka cari pada satu tingkat hierarki, mereka dapat bergerak ke tahap berikutnya.

Menurut West dan Turner (2008:104), orang aktif memilih dan menggunakan media tertentu untuk memuaskan kebutuhan tertentu. Menekankan posisi pengaruh yang terbatas, teori ini melihat media mempunyai pengaruh terbatas karena pengguna mampu memilih dan mengendalikan. Orang memiliki kesadaran diri, dan mereka mampu memahami dan menyatakan alasan mereka menggunakan media.

Mereka melihat media sebagai salah satu cara untuk memuaskan kebutuhan yang mereka miliki.

Menurut West dan Turner (2008:107), bahwa penggunaan media dimotivasi oleh kebutuhan dan tujuan yang didefinisikan oleh khalayak itu sendiri dan bahwa partisipasi aktif dalam proses komunikasi mungkin difasilitasi, dibatasi, atau memengaruhi kepuasan dan pengaruh yang dihubungkan dengan eksposur. Aktivitas khalayak paling baik dikonseptualisasikan sebagai sebuah variabel konstruk, dengan khalayak menunjukkan berbagai jenis dan tingkat aktivitas.

Menurut Kate, Blumler dan Gurevitch (dalam West dan Turner, 2008:104), terdapat lima asumsi dasar dari teori *Uses and Gratification*. Asumsi yang pertama,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan. Asumsi kedua yaitu inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak. Asumsi ketiga adalah media berkompetensi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan.

Asumsi yang keempat adalah orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat, dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada peneliti. Asumsi kelima yaitu penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak.

Menurut Kriyantono (2006:208), inti dari teori *Uses and Gratifications* adalah khalayak yang pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak juga akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khalayak disebut media yang efektif.

Menurut McGuail (dalam Kriyantono, 2006:215), motif terbagi menjadi empat kategori. Kategori pertama yaitu motif informasi, dimana merupakan kebutuhan akan informasi terhadap lingkungan sekitar dan eksplorasi realitas. Kategori kedua adalah motif identitas pribadi, dimana motif identitas personal atau pribadi adalah motif yang mendorong seseorang untuk menggunakan media untuk memperkuat dan menonjolkan sesuatu atau situasi yang penting dalam hidupnya sendiri.

Kategori ketiga adalah motif integrasi dan interaksi sosial, dimana motif yang mendorong seseorang menggunakan media demi kelangsungan hubungannya dengan orang lain. Dan yang keempat adalah motif hiburan, dimana kebutuhan akan pelepasan dari ketegangan, bersantai dan mengisi waktu luang serta kebutuhan akan hiburan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Menurut Papacharissi dan Rubin (dalam West dan Turner, 2008:113), bahwa

Ⓒ motif terpenting dalam penggunaan internet adalah untuk pencarian informasi. Mereka juga mengungkapkan bahwa orang merasa dihargai secara interpersonal dalam penggunaan internet yang bertujuan untuk pengumpulan informasi dan juga bagi mereka yang merasa tidak nyaman pada interaksi tatap muka akan lebih memilih penggunaan internet untuk interaksi sosial.

Menurut Kaye dan Johansson (dalam West dan Turner, 2008:113), bahwa pertumbuhan internet menghasilkan renaissance dalam tradisi teori Uses and Gratifications, yaitu ketika para ilmuwan semakin tertarik untuk mengetahui mengapa orang-orang menggunakan internet dibandingkan dengan sekedar mengetahui siapa yang menggunakan internet.

Internet merupakan produk perang dingin. Menurut Hafner dan Lyon (dalam Baran, 2008:389), pada tahun 1962 angkatan udara ingin mempertahankan kemampuan militer untuk mentransfer informasi di seluruh negeri bahkan ketika suatu area sudah dihancurkan oleh serangan militer. Kemudian angkatan udara menugaskan ilmuwan komputer papan atas untuk mengembangkan alat yang dapat melakukan hal tersebut.

Menurut Baran (2008:394), internet sekarang ini sangat tepat dikatakan sebagai “jaringan dari jaringan” yang berkembang dalam kecepatan yang sangat menajubkan. Jaringan ini terdiri dari LAN (*local area network*) yang menghubungkan dua atau lebih komputer yang berada dalam satu gedung yang sama dan kemudian ada WAN (*wide area network*) yang menghubungkan beberapa LAN pada lokasi yang berbeda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Penelitian Terdahulu

1. Suseno, Cynthia (2012), Skripsi: Pengaruh Motif Penggunaan Internet Terhadap Penyesuaian Antar Budaya Mahasiswa Asal Indonesia di International School of Jinan University, China. Pembimbing: Imam Nuraryo, S. Sos., M.A.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Penelitian ini bertujuan untuk menjembatani penyesuaian antar budaya dan penggunaan internet dengan melihat bagaimana penggunaan internet dalam proses penyesuaian antar budaya. Diharapkan bahwa penelitian ini dapat menjelaskan konsekuensi sosial budaya dari penggunaan internet dalam konteks pendidikan internasional

Penelitian ini menggunakan kombinasi antara teori *Uses and Gratifications* dan model penyesuaian antar budaya untuk mengembangkan model penggunaan internet dalam proses penyesuaian antar budaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui tipe penelitian survei eksplanatif dengan analisis jalur menggunakan sampel non-probabilitas atau non-random.

Kesimpulan yang didapatkan dalam penelitian ini adalah tidak ada pengaruh antara perbedaan individu terhadap motif penggunaan internet dan tidak ada pengaruh sikap akulturasi terhadap motif penggunaan internet akan tetapi ditemukan motif penggunaan internet dapat memberikan pengaruh terhadap penyesuaian antar budaya mahasiswa asal Indonesia di International School of Jinan University.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Kevinsky, Muhammad H. (2011), Skripsi: Proses Dinamika Komunikasi dalam Menghadapi *Culture Shock* pada Adaptasi Mahasiswa Perantauan.



Pembimbing: Drs.Eduard Lukan, M.A.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana proses dan dinamika komunikasi mahasiswa perantauan di UNPAD Bandung dalam beradaptasi ketika menghadapi *culture shock*. *Culture shock* merupakan gejala sosial yang dialami oleh perantau ketika pindah dan mendiami daerah dengan kultur budaya yang berbeda.

Penelitian ini menggunakan beberapa konsep dan teori besar diantaranya yaitu Komunikasi Antarbudaya, Adaptasi Budaya, dan *Culture Shock*. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan pemilihan informannya menggunakan rancangan sampling non-probabilitas atau non-random dengan teknik sampling snowball dan sampling purposive. Kemudian dianalisis dengan menggunakan metode analisis tematik.

Kesimpulan dalam penelitian ini, ditemukan bahwa terdapat tiga hal yang paling berpengaruh dan saling mempengaruhi dalam keputusan adaptasi seseorang yaitu stereotip yang dibawa ketika merantau dalam memandang kebudayaan yang baru, kemudian mempelajari lingkungan yang dia tinggali, dan terakhir adalah keputusannya untuk menyatukan pandangan atau memisahkan diri dalam lingkungan baru.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



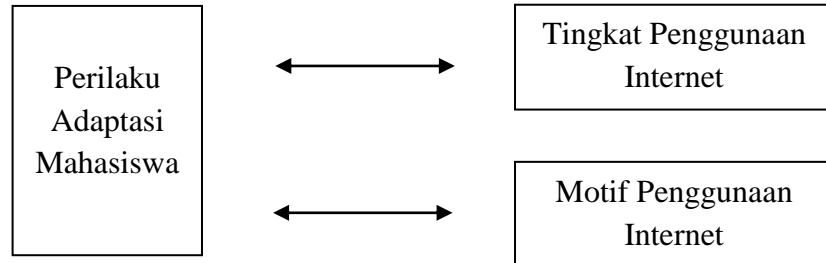
C. Kerangka Pemikiran

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



Pendidikan merupakan faktor terpenting dan mendasar dalam kehidupan manusia. Pendidikan secara tidak langsung menentukan kesuksesan seseorang. Oleh karena itu, tidak sedikit diantara kita yang rela untuk pindah ke kota tempat universitas yang didambakan berada dan harus terpisah jauh dengan keluarga dan teman-teman. Hal tersebut dilakukan semata-mata agar mendapatkan pendidikan yang terbaik.

Sebagai ibukota negara Indonesia sudah pasti Jakarta merupakan tujuan utama bagi para calon mahasiswa untuk menuntut ilmu. Akan tetapi di dalam perjalanan mahasiswa menuntut ilmu di lingkungan barunya, tidak jarang diantara mereka mengalami kesulitan beradaptasi dengan lingkungan barunya. Hal tersebut terjadi karena adanya berbagai perbedaan antara lingkungan lamanya dengan lingkungan barunya. Perbedaan yang paling mencolok adalah perbedaan budaya.

Untuk mengantisipasi hal tersebut seorang mahasiswa harus melakukan berbagai upaya penyesuaian diri di lingkungan barunya agar dapat merasa nyaman dan diterima di lingkungan baru tersebut. Salah satu upayanya adalah dengan



menggunakan internet. Dengan internet mahasiswa dapat memperoleh informasi yang mungkin berguna dalam proses adaptasi.

Internet selain berguna untuk memperoleh informasi, internet juga dapat dipakai sebagai sarana belajar mahasiswa. Internet juga berguna sebagai alat untuk berkomunikasi dengan keluarga dan teman-teman terdekatnya yang tinggalnya berjauhan dengan mereka. Selain itu internet berguna juga sebagai sarana hiburan di kala mereka merasakan kesepian.

Sesuai dengan kerangka pemikiran diatas, peneliti ingin membuktikan apakah terdapat hubungan antara perilaku adaptasi mahasiswa dengan tingkat penggunaan internet dan motif mereka dalam menggunakan internet. Kerangka pemikiran diatas yang akan dijadikan dasar pemikiran dalam melakukan analisis terhadap penelitian yang dilakukan peneliti.

3. Hipotesis

Menurut Priyatno (2010:9), hipotesis adalah jawaban sementara tentang rumusan masalah penelitian yang belum dibuktikan kebenarannya. Sedangkan menurut Kriyantono (2006:28), hipotesis adalah pendapat yang kurang, maksudnya bahwa hipotesis ini merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji lebih dulu dan karenanya bersifat sementara atau dugaan awal.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka perumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Level 1

H₀: Tidak ada hubungan antara perilaku adaptasi mahasiswa dengan tingkat penggunaan internet di kalangan mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie angkatan 2010-2013.

H_a: Ada hubungan antara perilaku adaptasi mahasiswa dengan tingkat penggunaan internet di kalangan mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie angkatan 2010-2013.

Level 2

H₀: Tidak ada hubungan antara perilaku adaptasi mahasiswa dengan motif penggunaan internet di kalangan mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie angkatan 2010-2013.

H_a: Ada hubungan antara perilaku adaptasi mahasiswa dengan motif penggunaan internet di kalangan mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie angkatan 2010-2013.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.