

ABSTRAK

Telepon genggam dengan teknologi canggih telah berhasil menyedot perhatian para pelaku komunikasi khususnya pecinta *gadget*. Salah satu *smart phone* yang menjadi fenomena dikalangan masyarakat khususnya mahasiswa saat ini adalah adanya telepon selular dengan merek BlackBerry (BB). BlackBerry merupakan telepon selular yang membawa daya tarik tersendiri dengan cara menawarkan segala macam bentuk kemudahan dan kelebihan bagi para penggunanya dibandingkan *smart phone* lainnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh persepsi mengenai performa BlackBerry dan intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger terhadap perilaku komunikasi interpersonal. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Metode yang digunakan yaitu metode survai yang mengambil sampel sebanyak 96 responden mahasiswa FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta. Teknik analisis data yang dipakai adalah analisis Korelasi Product Moment, Kanalisis Korelasi Ganda, Analisis Regresi Linear Sederhana dan Analisis Regresi Ganda dengan program SPSS V.15.0 *for windows*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh persepsi mengenai performa BlackBerry dan intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger terhadap perilaku komuniikasi interpersonal. Berdasarkan uji regresi linier sederhanadiperoleh hasil bahwa terdapat pengaruhpersepsi mengenai performa BlackBerry dan intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger terhadap perilaku komuniikasi interpersonal. Hasil analisis menunjukkan bahwa teori Behavior dan teori Pembelajaran Sosialrelevan untuk digunakan dalam menguji pengaruh persepsi mengenai performa BlackBerry dan intensitas penggunaan fitur BlackBerry Messenger terhadap perilaku komunikasi interpersonal.

ABSTRACT

Mobile phones with advanced technologies have managed to siphon attention of the principals of communication, especially gadget lovers. One of the smart phone that became a phenomenon among the people, especially college students today is a brand of mobile phones BlackBerry (BB). BlackBerry is a mobile phone that carries its own charm by offering all kinds of convenience and advantages for its users than other smart phones. The purpose of this study was to determine the effect of perceptions about the performance of the BlackBerry and the intensity of the use of BlackBerry Messenger feature of interpersonal communication behavior. This type of study is quantitative. The method used is survey method that takes a sample of 96 student respondents FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta. Data analysis technique used is the Product Moment Correlation analysis, Multiple Correlation Analysis, Simple Linear Regression Analysis and Multiple Regression Analysis with SPSS V.15.0 for windows. Based on the results of research conducted, it is known that there is a significant relationship between perceptions about the performance of the BlackBerry and the intensity of the use of BlackBerry Messenger feature of interpersonal communication behavior. Based on simple linear regression test results obtained that there is influence perceptions about the performance of the BlackBerry and the intensity of use of the features of BlackBerry Messenger interpersonal communication behavior. The analysis showed that the theory of Social Behavior and social learning theory are relevant for use in testing the influence of perceptions about the performance of the BlackBerry and the intensity of the use of BlackBerry Messenger feature of interpersonal communication behavior.