

10



LAPORAN PENELITIAN
DIK SUPLEMEN UNIVERSITAS AIRLANGGA
TAHUN ANGGARAN 2002

**POLA KONSUMSI DAN PENGARUH INTERNET SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI INTERKTIF PADA REMAJA
(STUDI ANALISIS RESEPSI PADA REMAJA
DI KOTAMADYA SURABAYA)**

Peneliti:

YUYUN W.I SURYA, S.Sos., MA.

LEMBAGA PENELITIAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

Dibiayai oleh Dana DIK Suplemen Universitas Airlangga Tahun 2002

S.K Rektor Universitas Airlangga Nomor 4879/J03/PG/2001

Tanggal 7 Juni 2002

Nomor Urut: 43

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA

Nopember, 2002

USENET (COMPUTER NETWORK)
INTERNET (COMPUTER NETWORK)



LAPORAN PENELITIAN
DIK SUPLEMEN UNIVERSITAS AIRLANGGA
TAHUN ANGGARAN 2002

KKB
KK-2B
004.678
Sur
P

**POLA KONSUMSI DAN PENGARUH INTERNET SEBAGAI
MEDIA KOMUNIKASI INTERKTIF PADA REMAJA
(STUDI ANALISIS RESEPSI PADA REMAJA
DI KOTAMADYA SURABAYA)**

Peneliti:

YUYUN W.I SURYA, S.Sos., MA.

MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

3000(2403314)

LEMBAGA PENELITIAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

Dibiayai oleh Dana DIK Suplemen Universitas Airlangga Tahun 2002
S.K Rektor Universitas Airlangga Nomor 4879/J03/PG/2001
Tanggal 7 Juni 2002
Nomor Urut: 43

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA

Nopember, 2002



POLA KONSUMSI DAN PENDARSAH UTAMA BELANJA
MEDI KOMUNIKASI TERKAIT PAU BELANJA
STUDI KUALITAS PENELITIAN BELANJA
DI KOTA SURABAYA

STAMPED AREA WITH Faint Text

**MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**



DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS AIRLANGGA
LEMBAGA PENELITIAN

- | | | |
|--|---------------------------------------|--|
| 1. Puslit Pembangunan Regional | 5. Puslit Pengembangan Gizi (5995720) | 9. Puslit Kependudukan dan Pembangunan (5995719) |
| 2. Puslit Obat Tradisional | 6. Puslit/Studi Wanita (5995722) | 10. Puslit Kesehatan Reproduksi |
| 3. Puslit Pengembangan Hukum (5923584) | 7. Puslit Olah Raga | |
| 4. Puslit Lingkungan Hidup (5995718) | 8. Puslit Bioenergi | |

Kampus C Unair, Jl. Mulyorejo Surabaya 60115 Telp. (031) 5995246, 5995248, 5995247 Fax. (031) 5962066
E-mail : lpunair@rad.net.id - http://www.geocities.com/Athens/Olympus/6223

**IDENTITAS DAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR HASIL PENELITIAN**

300012403314

1. Judul penelitian

Pola Konsumsi dan Pengaruh Internet sebagai Media Komunikasi Interaktif pada Remaja (Studi Analisis Resepsi pada Remaja di Kotamadya Surabaya)

- a. Macam penelitian : Fundamental Terapan Pengembangan
b. Kategori penelitian : I II III

2. Kepala Proyek Penelitian

- a. Nama Lengkap dan Gelar : Yuyun W.I Surya, S.Sos., MA
b. Jenis Kelamin : Perempuan
c. Pangkat/Golongan dan NIP : Asisten Ahli / IIIA NIP.132 164 002
d. Jabatan Sekarang : Staf pengajar Ilmu Komunikasi
e. Fakultas/Puslit/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
f. Univ/Inst./Akademi : Universitas Airlangga
g. Bidang ilmu yang diteliti : Media

3. Jumlah Tim Peneliti

-

4. Lokasi Penelitian

: Surabaya

5. Kerjasama dengan instansi lain

:

a. Nama instansi

:-

b. Alamat

:-

6. Jangka Waktu Penelitian

: 6 Bulan

7. Biaya yang diperlukan

: Rp 4.000.000,- \ (Empat Juta Rupiah)

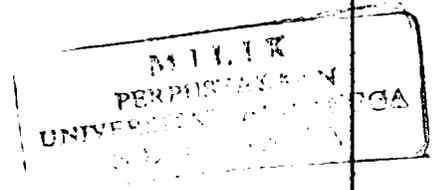
8. Seminar Hasil Penelitian

a. Dilaksanakan Tanggal

: 29 November 2002

b. Hasil Penelitian

: Baik sekali Baik
 Sedang Kurang



Surabaya, 27 Desember 2002

**Menyetujui
Ketua Lembaga
Penelitian Universitas Airlangga**

Prof. Dr. H. Sarmanu, MS
NIP. 130 701 125

Ketua Peneliti

Yuyun W.I Surya, MA
NIP 132 164 002

RINGKASAN

POLA KONSUMSI DAN PENGARUH INTERNET SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INTERAKTIF PADA REMAJA (STUDI ANALISIS RESEPSI PADA REMAJA DI KOTAMADYA SURABAYA) (Yuyun W.I Surya, 2002, 37 halaman)

Seperti halnya media massa yang lain, keberadaan internet ini membangkitkan berbagai pertanyaan akan efek negatif yang ditimbulkannya, selain keberadaan efek positif seperti penyampaian dan pengiriman informasi yang cepat dan *update* melalui fasilitas-fasilitas e-mail, surat kabar online, forum diskusi dan juga *chatting* serta beragam situs-situs yang ada yang memperkaya khasanah pengetahuan penggunanya. Lebih lanjut keberadaan media komunikasi ini acapkali dianggap sebagai penyebab perilaku asosial penggunanya. Hal ini dikarenakan internet adalah media komunikasi yang memiliki karakteristik interaktif yang membuat penggunanya merasakan seolah mengalami komunikasi tatap muka sebagaimana di dunia nyata walaupun hal tersebut hanya terjadi di dunia maya (*virtual world*). Hasil penelitian yang dilakukan di Inggris terhadap 445 pengguna internet menunjukkan adanya relasi positif antara tingginya penggunaan internet dengan sikap depresi dan introvert (Petrie & Gunn, 1998).

Ketiadaan perangkat hukum yang mengatur sekaligus ketidakpahaman masyarakat akan pola-pola pencegahan penyalahgunaan internet serta karakteristik internet sebagai *borderless communication media* merupakan penyebab klaim internet sebagai media yang lebih banyak merugikan daripada memberikan manfaat. Hal ini terutama terjadi pada diri remaja, yang berdasarkan survey terakhir yang diadakan majalah *Swa* merupakan pengguna terbesar di Indonesia. Dikhawatirkan pola penggunaan yang tidak bijaksana berpotensi untuk konsumsi ini berkaitan erat dengan pola pikir dan cara pandang remaja terhadap keberadaan internet itu sendiri, dimana hal ini acapkali dipengaruhi oleh interaksinya dengan kelompok sosial disekitarnya, terutama *peer group*. Griffith (1996) menyatakan bahwa tipikal pengguna internet remaja, biasanya laki-laki yang tidak atau sedikit memiliki rasa percaya diri dan kehidupan sosial. Oleh karena itu perlu diketahui apa dan bagaimana pola konsumsi, penerimaan serta pandangan remaja terhadap keberadaan media komunikasi ini.

Permasalahan penelitian yang muncul adalah sebagai berikut (1) Bagaimana pola konsumsi internet di kalangan remaja di Kotamadya Surabaya? (2) Bagaimana penerimaan remaja terhadap internet sebagai media baru? (3) Bagaimana pandangan remaja terhadap manfaat dan efek negatif yang didapat dari penggunaan internet?

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengetahui pola konsumsi dan pengaruh internet pada remaja sekaligus juga mengetahui bagaimana penerimaan remaja terhadap internet sebagai media komunikasi yang relatif baru. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk: mengetahui lama penggunaan internet di kalangan remaja di Kotamadya Surabaya, mengetahui situs-situs yang sering dikunjungi oleh remaja selama menggunakan internet, mengetahui fasilitas apa yang seringkali dimanfaatkan oleh remaja saat menggunakan internet, mengetahui bagaimana pandangan remaja tentang potensi internet sebagai media baru yang berbeda dengan media yang lain.

Analisis resepsi (*reception analysis*) dipergunakan sebagai metode dalam penelitian ini. Analisis resepsi pada penelitian ini dipergunakan untuk mendeskripsikan pola konsumsi, penerimaan dan pengaruh internet di kalangan remaja.

Lokasi penelitian dilakukan di Kotamadya Surabaya, dengan pertimbangan sebagai salah satu pusat kota dengan heterogenitas penduduk yang cukup tinggi. Populasi penelitian ini adalah remaja yang duduk di bangku SMU dan Perguruan Tinggi. Sedangkan sampel diperoleh dengan teknik penarikan secara *purposive*.

Data primer diperoleh melalui *focus group discussion* (FGD) yang bertujuan untuk menangkap resepsi/penerimaan remaja terhadap internet sekaligus berusaha menangkap respons remaja terhadap pengaruh internet dalam interaksinya dengan sesamanya. Sebelum diadakan FGD, akan disebar pula kuesioner pada populasi untuk mendapatkan data-data dasar dan merupakan saringan yang dipergunakan untuk menyeleksi partisipan FGD. Partisipan FGD diseleksi dengan mempertimbangan variasi pada status sosial ekonomi, latar belakang pendidikan, pola konsumsi internet, jenis kelamin. Selanjutnya data yang terkumpul akan dianalisis dan diinterpretasikan dengan mengaplikasikan teori-teori yang dipergunakan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa remaja pengguna internet di Surabaya termasuk dalam kategori *medium users*, berdasar jumlah waktu penggunaan internet per bulan. Berdasar jumlah waktu ini pula diketahui bahwa internet telah terintegrasi dalam

kehidupan sosial remaja sehari-hari. Integrasi atau domestikasi internet sebagai teknologi komunikasi dalam kehidupan sosial keseharian remaja nampaknya tidak lepas dari proses adopsi internet itu sendiri. Hampir dapat dipastikan bahwa remaja mendapatkan ketrampilan mengakses internet dari *critical mass*, yakni orang-orang yang termasuk dalam kategori *early adopter* dalam hal ini adalah teman-teman mereka sendiri. Keberadaan internet nampaknya menjadi pesaing utama televisi, baik dari segi penyedia hiburan maupun informasi. Bagi sebagian remaja pengguna internet, televisi tetap merupakan alternatif media hiburan dan informasi utama dikarenakan mereka ada tanpa perlu adanya tujuan/intention dari khalayak untuk mengkonsumsinya. Sementara internet unggul karena isi informasinya yang sangat beragam, namun diperlukan adanya tujuan/maksud para pengguna sebelum mengkonsumsi internet. Remaja pengguna internet memandang internet memiliki manfaat positif yang lebih banyak daripada manfaat negatifnya, seperti menambah pengetahuan, informasi dan hiburan. Namun remaja nampaknya ragu untuk menyatakan bahwa internet bermanfaat bagi masyarakat. Tetapi satu hal yang patut diperhatikan bahwa keberadaan internet ataupun penggunaan internet tidak mengakibatkan berkurangnya sosialisasi, sebagaimana dikemukakan oleh remaja pengguna internet bahwa tidak terjadi perubahan yang signifikan pada waktu yang digunakan untuk bersosialisasi dengan keluarga dan teman-teman mereka.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga:

No. Kontrak 774/J)3.2/PG/2002, 11 Juni 2002



LAPORAN PENELITIAN
DIP UNAIR DAN DIK SUPLEMEN UNAIR
TAHUN 2002

**POLA KONSUMSI DAN PENGARUH INTERNET SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI INTERAKTIF PADA REMAJA (STUDI ANALISIS RESEPSI
PADA REMAJA DI KOTAMADYA SURABAYA)**

Oleh:

Yuyun W.I Surya, MA

LEMBAGA PENELITIAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

**Dibiayai oleh Dana DIK Suplemen Tahun 2002
Nomor SK Rektor 4879/JO3/PG/2002**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
NOVEMBER 2002**



DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
 UNIVERSITAS AIRLANGGA
LEMBAGA PENELITIAN

- | | | |
|--|---------------------------------------|--|
| 1. Puslit Pembangunan Regional | 5. Puslit Pengembangan Gizi (5995720) | 9. Puslit Kependudukan dan Pembangunan (5995719) |
| 2. Puslit Obat Tradisional | 6. Puslit/Studi Wanita (5995722) | 10. Puslit Kesehatan Reproduksi |
| 3. Puslit Pengembangan Hukum (5923584) | 7. Puslit Olah Raga | |
| 4. Puslit Lingkungan Hidup (5995718) | 8. Puslit Bioenergi | |

Kampus C Unair, Jl. Mulyorejo Surabaya 60115 Telp. (031) 5995246, 5995248, 5995247 Fax. (031) 5962066
 E-mail : lpunair@rad.net.id - http://www.geocities.com/Athens/Olympus/6223

**IDENTITAS DAN PENGESAHAN
 LAPORAN AKHIR HASIL PENELITIAN**

1. Judul penelitian :
 Pola Konsumsi dan Pengaruh Internet sebagai Media Komunikasi Interaktif pada Remaja (Studi Analisis Resepsi pada Remaja di Kotamadya Surabaya)

a. Macam penelitian : Fundamental Terapan Pengembangan
 b. Kategori penelitian : I II III

2. Kepala Proyek Penelitian

a. Nama Lengkap dan Gelar : Yuyun W.I Surya, S.Sos., MA
 b. Jenis Kelamin : Perempuan
 c. Pangkat/Golongan dan NIP : Asisten Ahli / IIIA NIP.132 164 002
 d. Jabatan Sekarang : Staf pengajar Ilmu Komunikasi
 e. Fakultas/Puslit/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
 f. Univ/Inst./Akademi : Universitas Airlangga
 g. Bidang ilmu yang diteliti : Media

3. Jumlah Tim Peneliti : -
 4. Lokasi Penelitian : Surabaya
 5. Kerjasama dengan instansi lain :
 a. Nama instansi : -
 b. Alamat : -

6. Jangka Waktu Penelitian : 6 Bulan
 7. Biaya yang diperlukan : Rp 4.000.000,- \ (Empat Juta Rupiah)
 8. Seminar Hasil Penelitian
 a. Dilaksanakan Tanggal : 29 November 2002
 b. Hasil Penelitian : Baik sekali Baik
 Sedang Kurang

Surabaya, 27 Desember 2002

Menyetujui
Ketua Lembaga
Penelitian Universitas Airlangga



Ketua Peneliti

Yuyun W.I Surya, MA
NIP 132 164 002

Prof.Dr.H.Sarmanu, MS
NIP. 130 701 125

RINGKASAN**POLA KONSUMSI DAN PENGARUH INTERNET SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INTERAKTIF PADA REMAJA (STUDI ANALISIS RESEPSI PADA REMAJA DI KOTAMADYA SURABAYA) (Yuyun W.I Surya, 2002, 37 halaman)**

Seperti halnya media massa yang lain, keberadaan internet ini membangkitkan berbagai pertanyaan akan efek negatif yang ditimbulkannya, selain keberadaan efek positif seperti penyampaian dan pengiriman informasi yang cepat dan *update* melalui fasilitas-fasilitas e-mail, surat kabar online, forum diskusi dan juga *chatting* serta beragam situs-situs yang ada yang memperkaya khasanah pengetahuan penggunanya. Lebih lanjut keberadaan media komunikasi ini acapkali dianggap sebagai penyebab perilaku asosial penggunanya. Hal ini dikarenakan internet adalah media komunikasi yang memiliki karakteristik interaktif yang membuat penggunanya merasakan seolah mengalami komunikasi tatap muka sebagaimana di dunia nyata walaupun hal tersebut hanya terjadi di dunia maya (*virtual world*). Hasil penelitian yang dilakukan di Inggris terhadap 445 pengguna internet menunjukkan adanya relasi positif antara tingginya penggunaan internet dengan sikap depresi dan introvert (Petrie & Gunn, 1998).

Ketiadaan perangkat hukum yang mengatur sekaligus ketidakpahaman masyarakat akan pola-pola pencegahan penyalahgunaan internet serta karakteristik internet sebagai *borderless communication media* merupakan penyebab klaim internet sebagai media yang lebih banyak merugikan daripada memberikan manfaat. Hal ini terutama terjadi pada diri remaja, yang berdasarkan survey terakhir yang diadakan majalah *Swa* merupakan pengguna terbesar di Indonesia. Dikhawatirkan pola penggunaan yang tidak bijaksana berpotensi untuk konsumsi ini berkaitan erat dengan pola pikir dan cara pandang remaja terhadap keberadaan internet itu sendiri, dimana hal ini acapkali dipengaruhi oleh interaksinya dengan kelompok sosial disekitarnya, terutama *peer group*. Griffith (1996) menyatakan bahwa tipikal pengguna internet remaja, biasanya laki-laki yang tidak atau sedikit memiliki rasa percaya diri dan kehidupan sosial. Oleh karena itu perlu diketahui apa dan bagaimana pola konsumsi, penerimaan serta pandangan remaja terhadap keberadaan media komunikasi ini.

Permasalahan penelitian yang muncul adalah sebagai berikut (1) Bagaimana pola konsumsi internet di kalangan remaja di Kotamadya Surabaya? (2) Bagaimana penerimaan remaja terhadap internet sebagai media baru? (3) Bagaimana pandangan remaja terhadap manfaat dan efek negatif yang didapat dari penggunaan internet?

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk mengetahui pola konsumsi dan pengaruh internet pada remaja sekaligus juga mengetahui bagaimana penerimaan remaja terhadap internet sebagai media komunikasi yang relatif baru. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk: mengetahui lama penggunaan internet di kalangan remaja di Kotamadya Surabaya, mengetahui situs-situs yang sering dikunjungi oleh remaja selama menggunakan internet, mengetahui fasilitas apa yang seringkali dimanfaatkan oleh remaja saat menggunakan internet, mengetahui bagaimana pandangan remaja tentang potensi internet sebagai media baru yang berbeda dengan media yang lain.

Analisis resepsi (*reception analysis*) dipergunakan sebagai metode dalam penelitian ini. Analisis resepsi pada penelitian ini dipergunakan untuk mendeskripsikan pola konsumsi, penerimaan dan pengaruh internet di kalangan remaja.

Lokasi penelitian dilakukan di Kotamadya Surabaya, dengan pertimbangan sebagai salah satu pusat kota dengan heterogenitas penduduk yang cukup tinggi. Populasi penelitian ini adalah remaja yang duduk di bangku SMU dan Perguruan Tinggi. Sedangkan sampel diperoleh dengan teknik penarikan secara *purposive*.

Data primer diperoleh melalui *focus group discussion* (FGD) yang bertujuan untuk menangkap resepsi/penerimaan remaja terhadap internet sekaligus berusaha menangkap respons remaja terhadap pengaruh internet dalam interaksinya dengan sesamanya. Sebelum diadakan FGD, akan disebar pula kuesioner pada populasi untuk mendapatkan data-data dasar dan merupakan saringan yang dipergunakan untuk menyeleksi partisipan FGD. Partisipan FGD diseleksi dengan mempertimbangan variasi pada status sosial ekonomi, latar belakang pendidikan, pola konsumsi internet, jenis kelamin. Selanjutnya data yang terkumpul akan dianalisis dan diinterpretasikan dengan mengaplikasikan teori-teori yang dipergunakan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa remaja pengguna internet di Surabaya termasuk dalam kategori *medium users*, berdasar jumlah waktu penggunaan internet per bulan. Berdasar jumlah waktu ini pula diketahui bahwa internet telah terintegrasi dalam

kehidupan sosial remaja sehari-hari. Integrasi atau domestikasi internet sebagai teknologi komunikasi dalam kehidupan sosial keseharian remaja nampaknya tidak lepas dari proses adopsi internet itu sendiri. Hampir dapat dipastikan bahwa remaja mendapatkan ketrampilan mengakses internet dari *critical mass*, yakni orang-orang yang termasuk dalam kategori *early adopter* dalam hal ini adalah teman-teman mereka sendiri. Keberadaan internet nampaknya menjadi pesaing utama televisi, baik dari segi penyedia hiburan maupun informasi. Bagi sebagian remaja pengguna internet, televisi tetap merupakan alternatif media hiburan dan informasi utama dikarenakan mereka ada tanpa perlu adanya tujuan/intention dari khalayak untuk mengkonsumsinya. Sementara internet unggul karena isi informasinya yang sangat beragam, namun diperlukan adanya tujuan/maksud para pengguna sebelum mengkonsumsi internet. Remaja pengguna internet memandang internet memiliki manfaat positif yang lebih banyak daripada manfaat negatifnya, seperti menambah pengetahuan, informasi dan hiburan. Namun remaja nampaknya ragu untuk menyatakan bahwa internet bermanfaat bagi masyarakat. Tetapi satu hal yang patut diperhatikan bahwa keberadaan internet ataupun penggunaan internet tidak mengakibatkan berkurangnya sosialisasi, sebagaimana dikemukakan oleh remaja pengguna internet bahwa tidak terjadi perubahan yang signifikan pada waktu yang digunakan untuk bersosialisasi dengan keluarga dan teman-teman mereka.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga:

No. Kontrak 774/J)3.2/PG/2002, 11 Juni 2002

KATA PENGANTAR

Sejak pertama kali diperkenalkan kepada publik, internet mengalami perkembangan pesat. Hal ini merupakan indikator tingginya penggunaan piranti teknologi informasi ini di masyarakat. Seperti halnya media massa yang lain, keberadaan internet ini membangkitkan berbagai pertanyaan akan efek negatif yang ditimbulkannya, keberadaan media komunikasi ini acapkali dianggap sebagai penyebab perilaku asosial penggunaannya. Hal ini dikarenakan internet adalah media komunikasi yang memiliki karakteristik interaktif yang membuat penggunaannya merasakan seolah mengalami komunikasi tatap muka sebagaimana di dunia nyata walaupun hal tersebut hanya terjadi di dunia maya (*virtual world*).

Penelitian ini berusaha untuk mengungkap Pola Konsumsi dan Pengaruh Internet sebagai Media Komunikasi Interaktif pada Remaja di Kotamadya Surabaya dengan menggunakan metode analisis resepsi .

Ucapan terima kasih terutama kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian Universitas Airlangga, dalam hal ini Prof.Dr.H.Sarmanu, MS selaku ketua Lembaga Penelitian, yang telah memberikan kesempatan dan dana kepada peneliti untuk mengadakan observasi di lapangan hingga penyelesaian penulisan laporan penelitian ini.

Karya ini masih jauh dari sempurna. Sehingga kekurangan yang ada di dalamnya, membuka peluang bagi siapapun untuk memberikan masukan dan kritik untuk lebih menyempurnakan dan memperbaiki karya ini lebih lanjut.

Harapan peneliti semoga laporan ini bisa menjadi masukan dan bahan kajian bagi siapapun yang memperhatikan penerapan kesetaraan gender di media massa. Akhir kata, semua saran ataupun kritik dari berbagai pihak dengan senang hati dan segenap kerendahan hati, peneliti akan memperbaiki laporan ini.

Surabaya, 30 Desember 2002
Peneliti

Yuyun W.I Surya, MA

DAFTAR ISI

LEMBAR IDENTITAS DAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR	v
I. PENDAHULUAN	1
II. TINJAUAN PUSTAKA	4
II.1. Determinisme Teknologi dan Social Construction of Technology	4
II.2. Internet sebagai Media Komunikasi Baru	6
II.3. Internet dan Computer Mediated Communication	8
II.4. Internet dan Kehidupan Sosial di Indonesia	10
III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	13
IV. METODE PENELITIAN	15
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	17
V.1. Pola Konsumsi Media	17
V.2. Interaksi Sosial Pengguna Internet	20
V.3. Portal Populer Situs Favorit Pengguna Internet	24
V.4. Penerimaan terhadap Internet: Adopsi Teknologi Komunikasi	26
V.5. Integrasi dan Fungsionalisasi Internet dalam Kehidupan Sosial	28
V.6. Manfaat Internet	31
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	34
DAFTAR PUSTAKA	

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Sejak pertama kali diperkenalkan kepada publik, internet mengalami perkembangan pesat. Penetrasi internet di Indonesia pada tahun 2000 mengalami kenaikan sebesar 200% dari tahun 1999. Tercatat 1,45 juta pengguna internet di Indonesia, yang terkonsentrasi pada kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung dan Surabaya (Tempo, 12 Maret 2000). Hal ini merupakan indikator tingginya penggunaan piranti teknologi informasi ini di masyarakat. Walau kecepatan penetrasi internet masih kalah bila dibanding dengan telepon seluler, namun keragaman akses terhadap informasi dan hiburan dari berbagai penjuru dunia menyebabkan internet lebih menjadi pilihan atau alternatif bagi masyarakat.

Seperti halnya media massa yang lain, keberadaan internet ini membangkitkan berbagai pertanyaan akan efek negatif yang ditimbulkannya, selain keberadaan efek positif seperti penyampaian dan pengiriman informasi yang cepat dan *update* melalui fasilitas-fasilitas e-mail, surat kabar online, forum diskusi dan juga *chatting* serta beragam situs-situs yang ada yang memperkaya khasanah pengetahuan penggunanya. Keberadaan situs-situs porno, perdagangan narkoba, dan juga penyalahgunaan kartu kredit adalah masalah-masalah yang ditimbulkan oleh disfungsi pola penggunaan internet yang yang meresahkan masyarakat (Jawapos, 12 Maret 2001). Lebih lanjut keberadaan media komunikasi ini acapkali dianggap sebagai penyebab perilaku asosial penggunanya.



Hal ini dikarenakan internet adalah media komunikasi yang memiliki karakteristik interaktif yang membuat penggunanya merasakan seolah mengalami komunikasi tatap muka sebagaimana di dunia nyata walaupun hal tersebut hanya terjadi di dunia maya (*virtual world*). Hasil penelitian yang dilakukan di Inggris terhadap 445 pengguna internet menunjukkan adanya relasi positif antara tingginya penggunaan internet dengan sikap depresi dan introvert (Petrie & Gunn, 1998).

Tidak sebagaimana media massa yang hadir terlebih dahulu, yakni televisi, radio dan surat kabar yang bersifat satu arah, internet adalah media komunikasi yang bersifat dua arah. Jadi bila semula khalayak media bersifat pasif, saat ini khalayak pengguna internet adalah khalayak aktif yang mampu memilih isi media (*content*) sesuai dengan kehendak penggunanya. Kendali atau kontrol yang semula berada di pihak institusi media, kini tidak lagi berada di tangan tunggal pelaku komunikasi. Dengan demikian internet dapat memberdayakan khalayak dengan kemampuannya dalam menerima umpan balik secara cepat.

Kelebihan-kelebihan internet sebagai media komunikasi ini sayangnya tidak dibarengi dengan keberadaan infrastruktur yang mendukung maksimalisasi penggunaannya bagi kepentingan pemberdayaan masyarakat. Ketiadaan perangkat hukum yang mengatur sekaligus ketidakpahaman masyarakat akan pola-pola pencegahan penyalahgunaan internet serta karakteristik internet sebagai *borderless communication media* merupakan penyebab klaim internet sebagai media yang lebih banyak merugikan daripada memberikan manfaat. Hal ini terutama terjadi pada diri remaja, yang berdasarkan survey terakhir yang diadakan majalah Swa merupakan pengguna terbesar di Indonesia. Dikhawatirkan pola penggunaan yang tidak bijaksana berpotensi untuk

memberi efek negatif bagi remaja yang secara psikologis berada pada masa transisi. Pola konsumsi ini berkaitan erat dengan pola pikir dan cara pandang remaja terhadap keberadaan internet itu sendiri, dimana hal ini acapkali dipengaruhi oleh interaksinya dengan kelompok sosial disekitarnya, terutama *peer group*. Sebagai suatu kelompok sosial yang relatif kosmopolit dan terekspos oleh sekian banyak informasi, remaja merupakan pengguna aktif internet yang sangat potensial. Griffith (1996) menyatakan bahwa tipikal pengguna internet remaja, biasanya laki-laki yang tidak atau sedikit memiliki rasa percaya diri dan kehidupan sosial. Oleh karena itu perlu diketahui apa dan bagaimana pola konsumsi, penerimaan serta pandangan remaja terhadap keberadaan media komunikasi ini.

I.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka beberapa permasalahan yang muncul adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pola konsumsi internet di kalangan remaja di Kotamadya Surabaya?
2. Bagaimana penerimaan remaja terhadap internet sebagai media baru?
3. Bagaimana pandangan remaja terhadap manfaat dan dampak yang didapat dari penggunaan internet?

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan beberapa tinjauan secara teoritis tentang internet sebagai fenomena komunikasi (terutama teknologi komunikasi). Selain itu untuk memberikan gambaran tentang peran teknologi dalam kehidupan sosial, akan dijelaskan pula tentang (1) determinisme teknologi dan konstruksi sosial dari teknologi (*social construction of technology*) (2) internet sebagai media komunikasi baru (*new communication media*) (3) internet dan *computer mediated communication* (4) internet dan kehidupan sosial

II.1. Determinisme Teknologi dan Sosial Construction of Technology

Dalam hampir semua aspek kehidupan manusia, terlibat di dalamnya hubungan antar manusia yang termasuk di dalamnya penggunaan sistem teknologi. Bahkan sejarah mencatat bahwa perkembangan peradaban manusia sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi komunikasi (Rogers, 1986). Pada masa tradisi oral (*oral tradition*) kehidupan sosial manusia banyak tergantung pada komunikasi secara tatap muka, sehingga pada saat itu orang lebih mempercayai apa yang dilihat dan didengarnya secara langsung (*seeing/hearing is believing*). Ilmu pengetahuan pada masa ini berada pada dominasi kaum elite keagamaan (gereja). Sementara itu dengan ditemukannya mesin cetak oleh Gutenberg pada tahun 1400-an memunculkan adanya perubahan sosial. Ilmu pengetahuan yang pada masa tradisi oral berada di tangan elit penguasa/keagamaan

kini dapat diakses oleh masyarakat. Informasi dengan demikian menjadi terdistribusikan tidak hanya pada elit penguasa namun juga pada masyarakat luas.

Era telekomunikasi dan komputer menandai perkembangan teknologi yang berdampak pada perubahan aktivitas komunikasi antar manusia. Aspek ruang dan waktu yang dahulu merupakan faktor kendala utama kini teratasi dengan hadirnya teknologi komunikasi seperti telepon, satelit dan bahkan komputer. Kehadiran infrastruktur teknologi berupa jaringan yang mampu menghubungkan komputer di seluruh dunia yang dikenal dengan internet pada tahun 1980-an telah mampu menjadi *icon* bagi hilangnya kendala ruang dan waktu dalam komunikasi antar manusia.

Tak pelak kehadiran teknologi dalam kehidupan manusia dengan demikian dikonsepsikan sebagai faktor yang mampu mengubah kehidupan manusia. Proposisi bahwa teknologi merupakan faktor pengubah tatanan masyarakat, dan penentu masa depan masyarakat manusia ini adalah gagasan dasar tentang determinisme teknologi. (Yuliar, et al, 2001). Paham determinisme teknologi ini dapat ditinjau dari sisi teori kemasyarakatan yang menyatakan bahwa teknologi merupakan faktor tunggal penyebab perubahan sosial. Sebagai teori tentang teknologi, paham ini menyatakan bahwa perubahan teknologis berlangsung secara mandiri dan mengikuti kaidah-kaidah teknologi yang secara intrinsik terkandung di dalam teknologi itu sendiri.

Tentu saja paham ini tidak sepenuhnya benar, karena cara pandang ini terlampau menyederhanakan permasalahan. Secara intelektual, paham determinisme teknologi ini mereduksi hubungan yang sebenarnya terjalin intim antara masyarakat dan teknologi menjadi hubungan sebab akibat yang terlalu sederhana. Ia mengabaikan aspek pembentukan sosial pada teknologi (*social shaping of technology*). Pendekatan konstruksi

sosial teknologi memandang perkembangan teknologi sebagai proses yang melibatkan sejumlah faktor yang heterogen (istilah konstruktivisme sosial itu sendiri menandakan bahwa ia merujuk pada pendekatan yang bersifat sosiologis dalam melakukan studi tentang teknologi, baik inovasi teknologi maupun perubahan teknologi). Perubahan teknologi dijelaskan dengan merujuk pada sejumlah kontroversi dan konflik-konflik teknologis yang melibatkan aktor-aktor sosial yang berbeda ataupun kelompok-kelompok sosial yang relevan, yang masing-masing kelompok ini memiliki kerangka konseptual dan kepentingannya sendiri. Kelompok sosial inilah yang terlibat dalam penyusunan strategi guna memenangkan kepentingan dan tujuannya dan membentuk (*shaping*) teknologi sesuai dengan rencana mereka masing-masing.

II.2. Internet sebagai Media Komunikasi Baru

Tidak seperti media yang lain, internet termasuk media komunikasi yang relatif cepat proses pengadopsiannya di tengah-tengah masyarakat. Menurut Everett M. Rogers (1986: 120-121), proses adopsi teknologi komunikasi memiliki karakteristik yang khusus yang tidak harus dimiliki oleh inovasi non teknologi, *there are certain distinctive qualities of the new media that would lead us to expect their diffusion to differ from that generally found for other new ideas*. Karakteristik tersebut adalah (1) *critical mass* adopter yang mengharuskan kuantitas pengguna teknologi komunikasi yang bertambah secara simultan, (2) *re-invention* yang mengacu pada derajat perubahan penggunaan inovasi oleh pengguna akibat adanya modifikasi dalam proses adopsi, serta (3) fokus pada implementasi dan penggunaan yang menekankan bahwa adopsi teknologi

komunikasi bukan hanya sekedar penerimaan secara kognitif dan afektif, namun lebih pada penggunaan dari teknologi komunikasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari (Rogers 1986: 120-121).

Walau demikian, hanya dalam jangka waktu kurang dari sepuluh tahun semenjak diperkenalkannya internet kepada publik, internet telah menjadi bagian dari ritual keseharian kita. Roger Silverstone (1989) menyebut fenomena ini dengan konsep *domesticated* (dalam Hagen, 1999: 4). Ketika komputer yang merupakan perangkat keras dari internet, didomestikasi, perangkat teknologi informasi ini diappropriasikan dalam kultur domestik rumah. Masyarakat menggunakan dan menginterasikan komputer ke dalam kehidupan keseharian mereka. Lebih lanjut konsep *domesticated* ini mengacu pada fungsionalisasi teknologi dalam masyarakat.

Proses domestikasi terdiri dari empat fase. Fase pertama, apropriasi merujuk pada pemilikan teknologi media ini oleh individu. Dalam fase ini, individu membedakan dirinya dengan individu yang tidak memiliki komputer dan akses terhadap internet serta menggabungkan diri dengan sesama pemilik komputer dan pengguna internet. Fase kedua, obyektifikasi memfokuskan pada penempatan komputer dalam keluarga. Penempatan komputer sebagai obyek mencerminkan nilai-nilai dan standar-standar kultural keluarga. Inkorporasi sebagai fase ketiga merujuk pada bagaimana teknologi ini terintegrasi dalam kehidupan rutinitas individu. Fase terakhir dari proses *domesticated*, yakni konversi menunjukkan fungsionalisasi teknologi ini, dimana masyarakat berusaha untuk mencari dan melakukan harmonisasi antara penggunaan komputer dan internet dengan konteks sosial yang lebih luas. Dalam konteks inilah individu pengguna internet mendapatkan kontak-kontak dan interaksi sosial yang lebih luas sebagai akibat dari

penggunaan teknologi komunikasi ini. Penggunaan komputer dan internet dengan demikian juga berpengaruh pada personalitas dan identitas penggunanya. Penggunaan internet menyediakan penggunanya kesempatan untuk membentuk dan mengekspresikan identitasnya. Lebih lanjut proses domestikasi ini berdampak pada semakin besarnya jumlah waktu luang masyarakat yang diperuntukkan bagi konsumsi internet.

II.3. Internet dan *Computer Mediated Communication (CMC)*

Karakteristik dasar internet yang merupakan jaringan besar yang menghubungkan seluruh bagian dunia, internet mampu menyajikan berbagai macam informasi bagi khalayak penggunanya. Fasilitas yang disediakan internet meliputi electronic mail (e-mail) yang mampu menghubungkan individu-individu di belahan dunia manapun secara cepat dan murah, World Wide Web (WWW) yang menyediakan media publikasi yang tanpa batas untuk memproduksi dan menerima informasi, Internet Relay Chat (IRC) yang menyediakan sarana komunikasi antar pribadi sebagaimana layaknya orang berbicara secara tatap muka. Dengan demikian teknologi dunia maya (*cyberspace*) ini mampu menyediakan hampir semua kebutuhan akan informasi yang tidak mampu diakomodasi oleh media massa yang lain.

Internet dan WWW saat ini telah menjadi bagian dari kehidupan kita sehari-hari, baik pada domain bisnis, profesional maupun personal. Survey terkini mengestimasi bahwa saat ini terdapat sekitar 40 juta pengguna internet di seluruh dunia. Jumlah ini akan bertambah seiring dengan waktu. Dengan meningkatnya jumlah pengguna internet, pola penggunaan internet menjadi isu yang berkembang di dunia akademis dan media massa (Griffiths, 1996: Young, 1996).

Dalam tataran akademis, adopsi teknologi canggih yang ada dan menjadi bagian utama dari internet menyebabkan terjadinya pergeseran konsep media massa dan komunikasi massa. Menurut Morris (1996: 11), internet adalah *multifaceted mass medium, that is, it contains many different configurations of communication*. Termasuk dalam internet ini dengan demikian adalah komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Lebih lanjut definisi komunikasi massa yang mengacu pada “pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada sejumlah besar orang” (Bittner, 1986 dalam Kawamoto, 1998: 183) dengan demikian harus direkonstruksi untuk mengakomodasi keberadaan internet ini. Karena itu berdasarkan isinya, internet didefinisikan sebagai “narrowcasting” (sebagai lawan dari broadcasting) yang ditujukan pada audience yang spesifik (Jones, 1999: 4 dan Quinn, 1999: 142).

Proses komunikasi yang terjadi melalui internet menjadikan audience dapat berperan sebagai pengirim pesan. Dengan demikian, internet memicu adanya proses komunikasi yang interaktif. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Kawamoto (1998; 182) bahwa

new media...involve some aspects of interactivity, reach a mass audience or are accessible by mass audience through electronic networks, and are differentiated from traditional mass media in a number of ways including production, distribution, display and storage.

Yang dimaksud dengan interaktivitas adalah proses resiprokal yang berpengaruh pada pengiriman pesan dari pengirim maupun penerima dalam kegiatan komunikasi. Dengan demikian, komunikasi yang interaktif melibatkan peningkatan kontrol terhadap proses komunikasi baik oleh pengirim maupun penerima (Neuman, 1991: 104)

II.4. Internet dan Kehidupan Sosial di Indonesia

Dalam bukunya, *Megatrend Asia*, John Naisbitt (1997: 214) menyatakan bahwa internet telah memasuki bagian penting dari Asia. Peran penting internet di Asia ini didukung oleh pertumbuhan ekonomi yang cukup kuat dan juga kebutuhan akan informasi yang tinggi. Indonesia pun mencatat pertumbuhan pengguna internet yang relatif cepat, selain fakta seperti krisis ekonomi, infrastruktur yang relatif masih kurang serta tingginya biaya telekomunikasi yang menyebabkan rendahnya penetrasi *personal computer*, yang tidak mendukung cepatnya pertumbuhan pengguna internet. Menurut Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2000, terdapat 1,45 juta pengguna internet di Indonesia, meningkat lebih dari 200 persen dari tahun 1999 atau kurang lebih sekitar 3 persen dari keseluruhan populasi (Tempo, 12 Maret 2000). Pada tahun ini (2002) diperkirakan pengguna internet sebanyak 5 juta.

Sejarah mencatat bahwa penggunaan internet di Indonesia diawali pada saat dibreidelnya majalah Tempo, yang kemudian *go on-line* menjadi *Tempo Interaktif* pada tahun 1996. Pada tahun yang sama pula, tepatnya pada Juli 1996, internet menjadi media yang sangat berperan penting bagi penyebaran informasi sekitar peristiwa penyerangan markas PDI di Jakarta. Banyaknya masyarakat yang lebih memilih untuk mempergunakan internet sebagai sumber informasi ini disebabkan oleh fakta bahwa media massa-media massa di Indonesia saat itu di bawah kendali pemerintah sehingga berakibat pada sensor yang cukup ketat bagi penyebaran informasi kepada masyarakat. Selain itu, tangan-tangan pemerintah pada saat itu belum mampu menjangkau (membreidel) dan mengontrol penyebaran informasi melalui internet. Mailing list Apakabar (apakabar@clark.net) yang dimoderatori oleh John McDougall di Maryland

Amerika Serikat, adalah salah satu contoh situs internet dalam masa informasi tentang penyerangan 27 Juli disebarkan seantero dunia. Era reformasi pun mencatat peran penting internet sebagai sumber informasi dan sarana komunikasi antar para reformer di Indonesia, terutama para mahasiswa dalam perencanaan kegiatan sekaligus mendapatkan dukungan internasional pada tahun 1998. Karenanya adalah wajar jika Sen & Hill (2000:194) menyatakan bahwa penerimaan dan penggunaan internet di Indonesia dimulai dari atau berada pada konteks perjuangan untuk liberalisasi politik (*the struggle for political liberation*).

Di bawah pemerintahan pasca Soeharto, dimana kontrol terhadap media massa tidak sekuat sebelumnya, informasi seputar dunia politik tidak lagi menjadi dominasi internet karena adanya regulasi baru berkaitan dengan media massa, seperti dihapuskannya ketentuan kepemilikan SIUPP bagi mereka yang akan menerbitkan media. Sebagai akibat, tidak sebagaimana sebelumnya dimana media massa tidak berani memberitakan informasi dan isu politik, kini masyarakat secara mudah mampu mendapatkan informasi tersebut melalui media massa yang ada. Sejak saat ini pula internet menjelma menjadi media baru bagi kepentingan bisnis. Situs situs komersial mulai bermunculan. Transaksi bisnis melalui internet kini mulai dilirik oleh pelaku bisnis sebagai bagian dari strategi pemasaran bagi bisnis mereka. Walaupun tidak setinggi di Amerika, namun transaksi bisnis melalui internet yang dikenal dengan istilah *e-commerce* di Indonesia relatif lumayan. Diprediksi bahwa pada tahun 2003 pembelian melalui *e-commerce* akan meningkat dari 70.000 di tahun 2000 menjadi 600.000 transaksi pada tahun 2003. Prediksi ini didasarkan pada fakta bahwa di Indonesia pengguna internet adalah khalayak dengan usia antara 21-30 tahun dengan penghasilan

rata-rata per bulan lebih dari satu juta rupiah yang merupakan usia produktif sekaligus merupakan konsumen potensial.

Fenomena pengguna internet di Indonesia ini didukung oleh Naisbitt yang menyatakan bahwa khalayak muda lebih mampu menyesuaikan dengan teknologi (Naisbitt, 1977: 214). Hal ini juga didukung oleh fakta bahwa konsumen media terutama remaja lebih memilih untuk mengkonsumsi media yang lebih canggih, yakni internet daripada surat kabar (Lapham, 1995: 7). Secara psikologis, fenomena ini bisa dijelaskan dengan mengkaitkannya dengan masa transisional pada diri remaja (Soekanto, 1990: 55) yang masih dalam proses pencarian jati diri sehingga mencoba semua hal-hal baru yang ada di lingkungannya.



BAB III

TUJUAN dan MANFAAT PENELITIAN

III.1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini secara umum bertujuan untuk:

1. mengetahui pola konsumsi dan pengaruh internet pada remaja
2. mengetahui bagaimana penerimaan remaja terhadap internet sebagai media komunikasi yang relatif baru dan juga
3. mengetahui pandangan remaja terhadap manfaat dan dampak yang didapat dari penggunaan internet.

Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lama penggunaan internet di kalangan remaja di Kotamadya Surabaya, mengetahui situs-situs yang sering dikunjungi oleh remaja selama menggunakan internet, mengetahui fasilitas apa yang seringkali dimanfaatkan oleh remaja saat menggunakan internet, mengetahui bagaimana pandangan remaja tentang potensi internet sebagai media baru yang berbeda dengan media yang lain.

III.2. Manfaat Penelitian

Implikasi yang diharapkan dari penelitian ini adalah memberikan gambaran tentang pola konsumsi, penerimaan dan pengaruh internet pada pengguna potensial yakni

remaja. Dengan mengetahui hal ini maka diharapkan akan dapat direduksi efek negatif dan meningkatkan pemanfaatan internet bagi para penggunanya.

Lebih lanjut penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran bagi masyarakat tentang perlunya kesadaran akan efek sosial selain antisosial dari penggunaan internet. Penelitian ini juga memberikan sumbangan pemikiran bagi pembuat kebijakan untuk mengatur keberadaan internet tidak hanya dari sisi teknologi namun juga substansi (isi informasi).

BAB IV

METODE PENELITIAN

Analisis resepsi (*reception analysis*) dipergunakan sebagai metode dalam penelitian ini. Analisis resepsi ini dipergunakan untuk meneliti khalayak media, terutama interaksi khalayak dengan isi media. Fokusnya pada proses penerimaan dan interpretasi. Walau lebih banyak dipergunakan untuk meneliti khalayak penonton televisi, namun metode ini juga dapat dipergunakan untuk meneliti penggunaan media yang berbasis informasi teknologi (internet), karena konsep dasarnya yang melihat khalayak yang aktif. Analisis resepsi pada penelitian ini dipergunakan untuk mendeskripsikan pola konsumsi, penerimaan dan pengaruh internet di kalangan remaja.

Lokasi penelitian dilakukan di Kotamadya Surabaya, dengan pertimbangan sebagai salah satu pusat kota dengan heterogenitas penduduk yang cukup tinggi sehingga reliabilitas data dapat diperoleh. Populasi penelitian ini adalah remaja yang duduk di bangku SMU dan Perguruan Tinggi. Sedangkan sampel diperoleh dengan teknik penarikan secara *purposive*.

Data primer diperoleh melalui *focus group discussion* (FGD) yang bertujuan untuk menangkap resepsi/penerimaan remaja terhadap internet sekaligus berusaha menangkap respons remaja terhadap pengaruh internet dalam interaksinya dengan sesamanya. Sebelum diadakan FGD, akan disebar pula kuesioner pada populasi untuk mendapatkan data-data dasar dan merupakan saringan yang dipergunakan untuk menyeleksi partisipan FGD. Partisipan FGD diseleksi dengan mempertimbangan variasi pada status sosial ekonomi, latar belakang pendidikan, pola konsumsi internet, jenis kelamin yang

seimbang. Sehingga akan diperoleh data yang variatif dan lebih lanjut sebagaimana penelitian kualitatif, data ini akan mampu dideskripsikan secara kaya dan dalam. Sementara data sekunder didapat dari studi kepustakaan yang relevan dengan fenomena yang diteliti. Selanjutnya data yang terkumpul akan dianalisis dan diinterpretasikan dengan mengaplikasikan teori-teori yang dipergunakan.

Sebagaimana dijelaskan bahwa penelitian ini adalah penelitian kualitatif sehingga batasan konsep tidak ditentukan oleh peneliti, namun didapat dan didefinisikan secara aktif oleh partisipan selama penelitian ini berlangsung. Dengan demikian, konsep-konsep yang dipergunakan dalam penelitian ini dibahas secara integrative dengan hasil temuan dan interpretasi data pada bab berikutnya.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini akan dijabarkan hasil penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang pola konsumsi, penerimaan dan pengaruh internet pada remaja. Data diperoleh melalui FGD yang dihadiri oleh sepuluh orang partisipan (10 persen) yang diseleksi dari hasil penyebaran kuesioner pada sejumlah 100 orang responden. Partisipan dipilih berdasar pada variasi seperti status sosial ekonomi, latar belakang pendidikan, pola konsumsi internet dan jenis kelamin. Dengan demikian diharapkan hal ini mampu memberikan gambaran secara lengkap dari berbagai perspektif sesuai dengan latar belakang para partisipan tentang internet sebagai media komunikasi interaktif.

V.1. Pola Konsumsi Internet

Hampir semua partisipan mengaku bahwa rata-rata mereka mengakses internet seminggu dua kali, dengan waktu akses paling sedikit 2 jam. Sementara ada beberapa yang mengaku betah surfing internet sampai 6 jam dari pukul 9 malam sampai pukul 10 pagi. Namun rata-rata mereka tiap kali mengakses internet menghabiskan waktu antara 2 sampai 5 jam. Dengan demikian rata-rata remaja pengguna internet pada penelitian ini menghabiskan waktu paling sedikit 16 jam per bulan. Menurut The Graphic, Visualization & Usability Center, the Georgia Institute of Technology, pengguna internet yang menghabiskan waktu antara 10 sampai 40 jam per bulan tergolong sebagai *medium users*. Sementara pengguna yang menghabiskan waktu lebih dari 40 jam per bulan dikategorikan sebagai *heavy users*.

Walaupun tergolong sebagai *heavy users*, namun mereka mengaku bukanlah pecandu internet. Penelitian ini menemukan bahwa remaja yang tergolong sebagai *heavy users* adalah laki-laki, sesuai dengan stereotype yang selama ini ada berkaitan dengan pengguna internet, sebagaimana dinyatakan oleh Helen Petrie dan David Gunn (1998) dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui Self-Defined Addicts dari pengguna internet. Stereotype ini berkaitan dengan stereotype yang selama ini juga diberikan pada teknologi. Bahwa teknologi selalu dikaitkan dengan kaum laki-laki dan tak jarang para kreator teknologi menyatakan bahwa mereka menciptakan teknologi memang bukan untuk *female-user-friendly* atau tidak diperuntukkan bagi kaum wanita, kecuali teknologi yang berkaitan dengan domain dapur, seperti microwave, lemari pendingin dan kompor gas.

Menarik untuk mengetahui alasan utama mereka menghabiskan waktu sebanyak itu untuk surfing di internet. Tidak sebagaimana dugaan umum, bahwa mereka yang menggunakan internet lebih dari 3 jam tiap kali mengakses sudah dapat dikategorikan sebagai pecandu, alasan utama mereka lebih dikarenakan adanya sistem paket yang diberikan oleh sejumlah provider. Sistem ini menyediakan diskon atau harga yang relatif lebih murah bagi mereka yang tiap kali mengakses menghabiskan waktu 5 jam. Walaupun hal ini tergantung pula dari kondisi keuangan mereka, sebagaimana diakui oleh Indah, mahasiswi Unesa angkatan 2001, "tergantung, kalo lagi punya duit ya seminggu bisa dua kali, tapi kalo lagi gak ada duit ya sebulan sekali".

Tidak terdapat pola khusus pada jam saat mereka mengakses internet, sebagian mengaku kalau lebih memilih mempergunakan internet antara pukul 10 sampai pukul 12 malam dengan alasan biaya murah dan koneksitas yang cepat, sementara yang lain tidak

memiliki jam khusus karena biasa mengakses internet bila ada waktu luang, baik pada siang maupun sore hari. Sementara untuk hari, rata-rata partisipan lebih memilih hari antara jumat sampai minggu karena murah, waktu luang/libur.

Sebagaimana hasil penelitian pengguna internet di Indonesia yang dilakukan oleh majalah Tempo dan Swa pada tahun 2000, hampir semua pengguna internet mengakses internet melalui warnet dan sekolah/kampus. Tidak ditemukan alasan khusus berkaitan dengan pemilihan lokasi akses, kecuali alasan biaya dan kemudahan untuk menjangkau lokasi warnet tersebut (hampir semua partisipan menyatakan bahwa mereka memilih mengakses internet dari warnet yang berlokasi di sekitar rumah mereka). Walau ada beberapa yang mengaku lebih memilih warnet tertentu (M-Web) karena kecepatan koneksitasnya, sebagaimana dikemukakan oleh Lita, mahasiswi UWM, “kadang-kadang di M-Web, kadang-kadang di kampus. Ya soalnya connectnya lama, terlalu lama... 1 jam-an connectnya”.

Berkaitan dengan waktu dan lokasi, salah satu partisipan menyatakan pemilihan waktu akses berhubungan dengan lokasi (warnet) dimana dia biasa mengakses. Agus, mahasiswa ITS menyatakan

“sekitar jam 10 atau 11 malem. Biasanya kalau jam segitu udah nggak terlalu rame. Jadi bisa leluasa aja. Biasanya kalau tempat-tempat internet yang bagus rame...jam 7 jam 8 itu rame, jadi saya cari jam 10 supaya tempatnya bagus, saya juga enjoy, gak terlalu rame”.

Nampak di sini bahwa kenyamanan (baik itu kenyamanan secara fisik saat mengakses maupun kenyamanan secara teknologi saat connecting) saat mengakses internet juga menjadi pertimbangan.

V.2. Interaksi Sosial Pengguna Internet

Griffith (1996 dalam Petrie & Gunn, 1998) menyatakan bahwa stereotype yang dibangun bagi pengguna internet (terutama *heavy users* atau *addict users*) adalah remaja, biasanya laki-laki, dengan sedikit atau tidak memiliki kehidupan sosial atau tidak memiliki rasa percaya diri. Walaupun pandangan ini tidak terbukti pada beberapa penelitian seperti yang dilakukan oleh Egger & Rauterberg, 1996 dan Young, 1998.

Stereotype ini timbul berdasar pada kenyataan bahwa internet adalah sebuah tempat dimana hampir semua aspek dalam kehidupan nyata dapat ditemui dan diselami oleh penggunanya. Komunikasi antarpersonal dan komunikasi tatap muka mampu digantikan oleh *chatting*, komunikasi kelompok mampu digantikan oleh *discussion rooms* komunikasi massa dalam mana kita dapat memperoleh segala macam informasi dan berita dari belahan dunia mana pun bisa didapatkan melalui WWW, baik secara visual, audio maupun audio visual. Bahkan permainan yang membutuhkan orang lain sebagai lawan ataupun kawan satu tim pun dapat pula dilakukan di internet melalui MUD. "Kehidupan sosial" yang *hyperreal* yang dijalani lewat *cyberspace*/internet ini sama nyatanya dengan kehidupan sosial kita di real life. Bahkan bila di kehidupan sosial nyata berlaku etika sosial, maka di *cyberspace* pun berlaku norma dan etika yang disebut dengan *netiquette*.

Salah satu kelebihan yang tidak dimiliki atau didapatkan dalam kehidupan nyata adalah siapapun dapat menjadi siapapun atau apapun dalam *cyberspace*. Oleh karena itu pula, internet acapkali dihubungkan dengan para pengguna yang tidak memiliki kehidupan sosial atau bahkan tidak memiliki rasa percaya diri dalam dunia nyata sehari-hari. Melalui internet, orang bisa berbuat apapun dan menjadi siapapun misalnya

melalui *chatting*, karena identitas personal tidak lagi menjadi hal yang mutlak dibutuhkan. Orang mampu mengekspresikan diri melalui situs atau *homepage* pribadi yang dimilikinya, sekaligus bisa mendapatkan hal-hal yang tidak bisa didapatkan dalam kehidupan nyata, misalnya informasi atau hiburan yang dilarang karena berkaitan dengan politik atau alasan keamanan serta moral sosial seperti pornografi, dan lain lain. Tanpa melibatkan orang lain, pengguna internet mampu berinteraksi, melakukan sosialisasi secara personal.

Saat dikonfirmasi apakah mereka mengakses internet sendirian, sebagai salah satu hal yang merupakan pembuktian bahwa mengakses internet adalah aktivitas personal dengan efek sosial, secara mengejutkan para responden menyatakan bahwa mereka sering melakukan kegiatan ini bersama teman-teman (dua orang atau lebih), walaupun setelah dikonfirmasi lebih lanjut mereka tetap lebih menyukai mengakses internet secara pribadi (sendirian) dengan alasan lebih bebas, lebih dapat berkonsentrasi, merupakan kegiatan yang *private*.

Fenomena satu internet banyak pengguna nampaknya menjadi satu fenomena khusus di sini. Mengingat di negara-negara lain, hal ini jarang terjadi. Namun hal ini cukup bisa dimaklumi mengingat dukungan infrastruktur di Indonesia yang belum besar untuk menjamin kemudahan secara ekonomi bagi masyarakatnya untuk mengakses internet. Mahalnya harga untuk mendapatkan akses internet menurut ukuran kemampuan ekonomis masyarakat menjadi faktor utama mengapa banyak terjadi satu internet dengan banyak pengguna secara bersamaan.

Hal lain yang berkaitan dengan fenomena ini adalah kecenderungan untuk memperlakukan konsumsi internet sama dengan konsumsi media massa yang lain

terutama media cetak (surat kabar). Sebagaimana diketahui, di Indonesia, satu surat kabar dibaca lebih dari tiga orang. Padahal bila dikaitkan dengan sifat dasar internet yang lebih merupakan “narrowcasting” daripada broadcasting, maka fenomena ini justru menjadikan internet tetap sebagai medium dengan karakteristik broadcasting, yakni diperuntukkan bagi khalayak luas.

Walaupun demikian, ternyata karakteristik pesan dalam internet, yakni *personalised content and audience*, dan juga *on demand message* yang menjadi karakteristik pesan dalam internet ternyata menjadi hal yang paling sering dilakukan oleh para remaja pengguna internet yang menjadi partisipan dalam penelitian ini.

Hampir semua partisipan menyatakan bahwa yang paling sering dilakukan bila mengakses internet selain *browsing* (mencari informasi, membaca online newspapers) dan *downloading* (games, musik/MP3, program) adalah *chatting* dan *emailing*. Hal ini sesuai dengan penelitian Pricewaterhouse Cooper, yang menunjukkan bahwa remaja pengguna internet menyatakan bahwa alasan utama mereka go on-line adalah untuk emailing, getting information, play games dan use chat rooms (Pastore, 2002). Emailing dan chatting adalah kegiatan komunikasi yang melibatkan person atau individu lain. Tidak sebagaimana alasan emailing yang bertujuan mengirim dan menerima pesan dari teman yang sudah dikenal, alasan utama mereka chatting adalah untuk mendapatkan teman/kenalan baru. Hal ini menjadi keasyikan tersendiri bagi mereka, karena sebagaimana pengakuan mereka, tidak seperti di kehidupan nyata, mencari teman lewat chatting membutuhkan seni tersendiri dan sangat menantang, karena bisa saja identitas yang dipergunakan pada saat chatting tidak sesuai dengan identitas nyata si pengguna. Sebagaimana yang dituturkan oleh Luluk

Kenikmatan tersendiri, apa ya...bisa dapat teman biarpun cuma lewat komputer. Apa ya...pokoknya...ya sedikit sih yang aku pernah kenalan, dari chatting kan kita kenal, trus sudah gitu dia ngajak kopi darat... pengalaman unik, waktu itu aku berdua sama temen ku waktu itu SMP kelas 3, itu inisialnya gini 'cowok keren', ee cowok keren itu ternyata dia ngakunya umurnya masih 18, waduh asyik gitu lho masih 18, eh udah gitu ternyata...aku sama temenku berdua, kita waktu itu pake nick name nya 'cewek limbizkit', trus udah itu ada orang pake topi kuning, itu orang yang pake topi kuning, tapi orangnya kok tua...
...mangkel gak, tua-tua masih bisa chatting...mangkel aku...[merasa kapok nggak fasilitator FGD] nggak malah merasa semakin asyik...terantang.

Ditemukan bahwa partisipan yang menyatakan selalu chatting bila mengakses internet adalah perempuan, sementara partisipan laki-laki menyatakan bahwa mereka lebih sering browsing dengan tujuan untuk mencari informasi yang dikehendaki dengan mengunjungi majalah/surat kabar on-line, berkaitan dengan hobi ataupun tugas sekolah mereka.

Ada pula diantara mereka yang pernah pula mengunjungi situs-situs porno seperti penthouse, namun mereka mengakui bahwa itu bukanlah tujuan utama mereka, dan hanya dijadikan sebagai selingan tatkala mengalami kejenuhan saat mencari informasi dan bahan-bahan untuk tugas yang harus mereka kerjakan. Hal ini sejalan dengan pendapat dari Krishna Sen dan David T. Hill (2000: 200), dua pengamat media Indonesia dari Australia yang menyatakan bahwa dibanding dengan Amerika Serikat bahkan dengan negara-negara tetangga di Asia seperti Singapura, perhatian terhadap pronografi di internet tidaklah besar jika tidak bisa dibilang diabaikan. Hal ini mungkin saja disebabkan mengakses internet membutuhkan dukungan ekonomi (karena aksesnya yang relatif mahal) serta kemampuan edukatif (dibutuhkan kemampuan dasar mengoperasikan komputer) yang tidak dimiliki oleh semua individu, selain itu juga fakta bahwa masyarakat dengan leluasa mendapatkan materi pornografi dari vcd bajakan yang dengan



mudah didapat (lebih murah dibanding akses internet) dan tidak membutuhkan ketrampilan tertentu.

V.3. Portal Populer Situs Favorit Pengguna Internet

Tidak jauh dari hasil survey profil pengguna internet di Indonesia yang diselenggarakan oleh majalah Tempo dan swa pada tahun 2000 yang lalu, portal besar dan populer seperti Yahoo.com dan Hotmail.com tetap menjadi favorit bagi remaja pengguna internet sebagai medium untuk melakukan emailing. Tentu saja hal ini dikarenakan portal ini menyediakan fasilitas email secara gratis (free email access). Sementara untuk chatting mereka memilih untuk mempergunakan fasilitas dari MIRC. Jarang sekali dari para partisipan yang mengaku downloading sesering membuka email atau chatting.

Sementara untuk mendapatkan informasi terkini, para partisipan lebih sering mengunjungi online newspapers seperti kompas.com, dan detik.com, selain informasi yang disediakan oleh portal darimana mereka menggunakan fasilitas email, seperti yahoo.com.

Fasilitas lain yang mereka sering gunakan adalah e-card, yang mengirimkan kartu elektronik melalui email. Hal ini menjadi kecenderungan baru di kalangan para pengguna internet, terutama remaja, mengingat dibanding dengan mengirimkan kartu dengan pos akan membutuhkan waktu yang lebih lama dan ada kemungkinan tidak sampai, walaupun beberapa lebih memilih mengirim kartu biasa karena ada "sisi manusiawinya", "kelihatan kalau ada niat". Selain itu, e-card ini juga tidak hanya menampilkan tampilan visual tetapi juga dapat disertai dengan musik.

Hal yang menonjol yang tidak pernah sekalipun dilakukan oleh remaja pengguna internet pada penelitian ini adalah e-shopping. Sebagaimana penelitian yang dilakukan Pricewaterhouse Coopers, hanya 2 persen saja remaja pengguna internet yang menyatakan bahwa belanja adalah alasan utama mereka untuk mengakses internet (Pastore, 2002). Walaupun banyak situs belanja on-line yang membidik remaja sebagai pangsa pasar potensial, namun nampaknya hal ini belum cukup menjadi pendorong mereka untuk belanja on-line. Selain itu, remaja secara ekonomis bukanlah independent consumers. Dari sedikit remaja pengguna internet yang melakukan aktivitas e-shopping, sebagian besar mereka melakukan transaksi pembelian CD/kaset, diikuti oleh pakaian dan buku. Sementara pengguna internet dewasa lebih memilih belanja on-line buku.

Restriksi yang ditetapkan oleh orang tua sekaligus juga ketidakmampuan untuk menyentuh dan mencoba barang/produk yang ditawarkan adalah dua faktor dari beberapa faktor yang mendorong kecilnya angka transaksi on-line selain akses pada kartu kredit, harga yang tinggi, prosedur pembelian yang rumit dan membingungkan dan kesulitan untuk mengembalikan produk (berdasar survey Zandi Group). Walaupun hal ini bukan berarti e-commerce lebih tidak menguntungkan daripada marketing di dunia nyata. Sebenarnya sebagaimana sifat dasar internet yang *borderless* dan *globalised* internet mampu memperluas market melampaui batas geografis (negara).

Bagi pengguna internet di Indonesia, kecenderungan rendahnya aktivitas e-shopping nampaknya berkaitan dengan fakta bahwa untuk melakukan transaksi pembelian melalui e-shopping diperlukan kartu kredit, sementara penggunaan kartu kredit di Indonesia belumlah begitu populer. Walaupun sudah dipergunakan, kartu kredit

ini hanya dipergunakan oleh kalangan atas saja. Selain itu juga faktor keamanan penggunaan kartu kredit juga belum benar-benar terjamin atau dijamin oleh pemerintah.

V.4. Penerimaan terhadap Internet: Adopsi Teknologi Komunikasi

Sebagai sebuah teknologi, internet diadopsi oleh masyarakat melalui beberapa karakteristik yang berbeda dengan adopsi non teknologi. Menurut Rogers (1986: 120), karakteristik yang pertama adalah adanya *critical mass*, yakni sejumlah pengguna teknologi yang harus bertambah secara simultan. Penambahan jumlah adopter ini ini didapat melalui proses sosialisasi. Hal ini nampaknya juga berlaku pada remaja pengguna internet. Ketika diminta untuk menjelaskan dari mana atau dari siapa pertama kali mengetahui internet, hampir semua partisipan menjawab dari teman yang terlebih dahulu mengerti pengoperasian internet. Awalnya mereka hanya mencoba-coba, karena rasa ingin tahu yang tinggi dan tentu saja dengan tak segan bertanya.

Tentu saja pada awal-awal pengoperasian, mereka hanya mempergunakan fasilitas yang seringkali/biasa dipergunakan yakni surfing/browsing melalui WWW, barulah kemudian setelah merasa cukup bias/terampil, mereka mencoba-coba fasilitas yang lain seperti email dan chat room. Ini pun selain hasil dari coba-coba, menurut pengakuan mereka, mereka juga belajar dari apa yang dioperasikan oleh mereka yang sudah bisa terlebih dahulu. Hal ini sesuai dengan karakteristik pengadopsian teknologi menurut Rogers, yakni adanya perubahan penggunaan teknologi oleh pengguna akibat adanya modifikasi dalam proses adopsi (*reinvention*).

Sebagaimana inovasi yang lain, para pengguna internet pun memiliki pandangan/reaksi tersendiri ketika pertama kali menerima internet. "Rumit",

“pengetahuan tingkat atas” dan “teknologi tinggi/canggih” adalah kata yang dipilih oleh para remaja pengguna internet untuk menggambarkan internet pada saat pertama kali mereka mendengar istilah ini. Walaupun demikian, adapula yang beranggapan bahwa meski memiliki teknologi yang lebih canggih, internet tidaklah berbeda dengan sarana komunikasi yang lain, sebagaimana dikemukakan oleh Agus, mahasiswa ITS “kalo menurut saya internet itu ya cuman sarana komunikasi yang ini aja... kayak telepon, telegram... cuman ya itu aja, teknologinya sudah lebih canggih.”

Fokus pada implementasi dan penggunaan yang menekankan bahwa adopsi teknologi komunikasi bukan hanya sekedar penerimaan secara kognitif dan afektif, namun lebih pada penggunaan teknologi komunikasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari adalah karakteristik ketiga menurut Rogers berkaitan dengan adopsi teknologi komunikasi. Rasa senang dan puas adalah ekspresi yang diungkapkan oleh remaja pengguna internet pada penelitian ini untuk mengungkapkan perasaan/reaksi setelah mereka merasa mampu mengoperasikan internet secara baik merupakan hal yang menggambarkan bagaimana penerimaan mereka secara afektif terhadap internet. Sementara jumlah waktu mengakses internet per bulan yang minimal selama 16 jam menunjukkan bahwa internet telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mereka.

Berkaitan dengan telah masuknya internet menjadi bagian dari ritual kehidupan sehari-hari, Roger Silverstone (1989) menyebutnya dengan istilah *domesticated*. Proses domestikasi ini terdiri atas empat fase, fase yang pertama yakni apropriasi, dimana individu membedakan dirinya dengan individu yang tidak memiliki akses terhadap internet serta menggabungkan diri dengan sesama pengguna internet.

Fase ini tampak terjadi pada remaja pengguna internet, berdasar pernyataan mereka saat diminta untuk mengungkapkan pendapat tentang orang yang tidak atau belum pernah mengakses internet. “ Gaptek (gagap teknologi)”, “kasihan”, “kurang percaya diri”, “nggak terlalu nanggung penting internet” adalah ungkapan mereka terhadap orang-orang yang belum pernah mengakses internet. Dari sini nampak bahwa mereka mulai melakukan pengelompokan dengan pemberian label oposisi terhadap mereka yang tidak termasuk dalam golongan adopter internet, sebagaimana diungkapkan oleh Kukuh, mahasiswa Unair

Mungkin pada wawasan.. mungkin. Kalo misalnya aku tau banyak tentang musik, yang lain nggak tau banyak, tau dikit. Kita sering internet kan. Tapi orang-orang itu kebanyakan kalo kita lihat orang-orang nggak pernah ngakses internet sama sekali, kayaknya dia ketinggalan jaman.

Dan yang dikemukakan oleh Agus, mahasiswa ITS

ee..gini saya piker bedanya itu dengan yang gak pernah itu..kebebasan ya! Orang yang mengakses internet itu merasa kebebasannya bertambah, tapi kalo kita liat orang yang gak pernah pegang internet mungkin dia nggak tau kalo dia bias mendapatkan informasi yang lebih...atau mungkin informasi yang sebenarnya oleh norma-norma itu gak boleh. Kalo di internet kan ada.

Sementara itu mereka juga menyatakan bahwa mereka berada di lingkungan yang hampir semuanya mengerti bagaimana mengoperasikan internet atau mampu mengakses internet walaupun lingkungan mereka bukanlah pengguna internet yang “maniak” (menurut istilah salah satu partisipan).

V.5. Integrasi dan Fungsionalisasi Internet dalam Kehidupan Sosial

Hampir tidak bisa terelakkan keberadaan teknologi dan informasi bagi pentingnya pembangunan keberlangsungan hidup manusia. Oleh karena itu pula Alfin Toffler

mengungkapkan idenya bahwa masyarakat telah memasuki era informasi dan menjadi masyarakat informasi (*information society*). Menurut Webster, terdapat tiga perspektif definisi masyarakat informasi, yakni dari perspektif teknologi yang menyatakan bahwa masyarakat informasi memungkinkan terbuka ruang bagi penerapan teknologi informasi di berbagai aspek kehidupan masyarakat. Sementara dari perspektif ekonomi, masyarakat informasi ditandai dengan pergeseran ekonomi barang menuju ekonomi pengetahuan terutama dalam penciptaan produk informasi. Dan dari perspektif kultural, masyarakat informasi didefinisikan sebagai masyarakat yang mengalami peningkatan kandungan informasi yang luar biasa dalam kehidupan sosialnya.

Dalam perspektif kultural, nampaknya remaja pengguna internet setuju untuk menyatakan bahwa Indonesia siap menjadi masyarakat informasi. Hal ini nampak pada pendapat yang dikemukakan tentang perlunya internet bagi setiap orang. Bagi mereka keberadaan akses terhadap internet memungkinkan mereka untuk mendapatkan semua informasi yang biasa mereka dapatkan melalui media massa seperti surat kabar dan televisi. Bahkan keberadaan internet menjadi semakin diperlukan manakala mengingat saat ini Indonesia berada pada era globalisasi dan tidak boleh terbelakang dalam masalah teknologi komunikasi. Namun begitu, mereka mengemukakan bahwa perlu tidaknya internet bagi setiap orang harus didukung oleh kemudahan akses dalam pengertian ekonomis, yakni terjangkau biaya akses internet. Integrasi internet dalam kehidupan sosial dengan demikian menjadi suatu keharusan manakala masyarakat dihadapkan pada situasi global.

Pada level individual, integrasi internet dalam kehidupan sosial remaja nampak pada pandangan mereka akan konsumsi internet yang mereka tempatkan lebih tinggi

dalam urutan konsumsi media massa dibanding dengan televisi, yang notabene menjadi sumber utama hiburan, informasi dan pendidikan sebelum era internet. Beberapa hal yang membuat mereka cenderung memilih internet sebagai media massa utama adalah adanya ruang untuk memilih apa yang diinginkan (dibandingkan dengan televisi yang monoton dalam keragaman acara, belum lagi diselingi oleh iklan yang “membosankan”), interaktif (terutama e-mail), lebih mendukung sosialisasi dan *on demand*.

Namun hal ini bukan berarti televisi atau media massa yang lain mereka tinggalkan. Ada beberapa yang menyatakan tetap lebih memilih televisi, dengan alasan penggunaan internet mensyaratkan adanya tujuan tertentu sementara televisi dan media yang lain tidak. Hal ini nampaknya sesuai dengan asumsi bahwa khalayak media saat ini sudah terlampau terlenakan oleh kepasifan mereka sebagai konsumen media. Sehingga ketika mereka dituntut untuk lebih aktif atau bahkan interaktif sebagaimana tuntutan dari internet yang notabene elemen utamanya adalah sifatnya yang interaktif, maka mereka merasakan keterpaksaan dan ketidaknyamanan. Indah, salah satu partisipan menyatakan, “aku tv, soalnya kalo internet kan kalo aku punya tujuan, misalnya bales email...itu baru asyiklah. Kalo udah gak ini, gak ada tujuannya ya mending nonton tv.”

Fungsionalisasi internet yang menyediakan penggunaanya kesempatan untuk membentuk dan mengekspresikan identitasnya dalam kehidupan sosial nampak menonjol pada penggunaan fasilitas chat room dan e-mail bagi remaja pengguna internet. Saat dikonfirmasi pendapat mereka tentang perbedaan antara komunikasi secara tatap muka ataupun telepon dengan email dan chat room, mereka sepakat bahwa komunikasi tatap muka ataupun melalui telepon dipilih lebih karena keberadaan secara fisik ataupun penerimaan pesan secara langsung, sehingga pesannya pun bersifat serius. Sebaliknya,

chatting dipilih karena mereka “bisa lebih imajinatif...bayangin orangnya” (Adit, mahasiswa Unair) walaupun chatting sering “nipu..ngibul” (Gede, siswa SMU 2) karena mereka semua misalnya sepakat untuk menggunakan nama samaran pada saat mereka chatting.

Sementara itu, sebagai media massa, internet digambarkan sebagai sumber yang menyediakan informasi yang lebih aktual dan akurat. Hal ini sesuai dengan karakteristik internet yang mengedepankan updated news media. Namun ada terjadi perdebatan tentang akurasi informasi yang disediakan oleh internet. Luluk, siswi SMU mengungkapkan

Banyak orang yang ngomong kalo di internet itu kadang-kadang beritanya itu bisa buatan manusianya...kadang-kadang juga nggak bener. Itu rekayasa, kayak selebritis yang suka foto-foto prono, di situ kan biasanya..ngomongnya itu gak bener di internet itu banyak bohongnya.

Sementara Kukuh beranggapan bahwa inakurasi berita di internet sebanding dengan kebohongan yang banyak dilakukan melalui fasilitas chatting: “saya pikir internet itu lebih banyak bohongnya, dilihat dari MIRC itu dah banyak bohongnya, kebohongan berawal dari situ, chatting itu kebanyakan bohong.”

Namun demikian keberadaan internet sebagai salah satu teknologi komunikasi sebenarnya untuk memberikan kemudahan termasuk kemudahan untuk mendapatkan akses informasi yang aktual dan akurat muncul. Sehingga penciptaan masyarakat informasi dari perspektif ekonomipun dimungkinkan.

V.6. Manfaat Internet

Secara pribadi, para partisipan menyatakan bahwa mereka lebih banyak merasakan manfaat positif daripada negatifnya. Mereka misalnya menyatakan bahwa

keberadaan internet “membantu”, “memberikan informasi”, “hiburan”, “menambah pengetahuan dan teman, memberikan kemudahan”. Sementara saat disinggung keberadaan situs porno atau bahkan situs cara merakit bom di internet, sebagian mereka memandang hal ini dapat “merusak” segi positif dari internet. Sedangkan sebagian yang lain menyatakan tetap melihat sisi positif dari keberadaan situs-situs yang dikatakan sebagai merusak atau memberikan efek negatif tadi, tergantung bagaimana kita menyikapi informasi tersebut, sebagaimana yang diungkapkan oleh Adit, “ya itu tadi kan informasi, tergantung kita nyerapnya. Trus kalo soal bom, kalo di internet banyak cara merakit bom, otomatis polisi juga harus lebih tau kan cara merakit bom, harusnya dia tau cara menjinakkannya”. Serta Kukuh, “kalo porno kan pengetahuan biologis...positif itu. Kalo misalnya misalnya kita tidak tahu tiba tiba kejadian...jadi gak kaget.”

Tidak terdapat perubahan waktu yang signifikan menurut remaja pengguna internet tentang dampak penggunaan internet yang mereka lakukan pada waktu untuk bersosialisasi dengan keluarga dan teman. Hal ini nampaknya membuktikan bahwa stereotype bahwa pengguna internet aktif adalah individu yang sedikit memiliki atau tidak memiliki kehidupan sosial dan tidak memiliki percaya diri tidak terbukti.

Sementara itu, bila dibandingkan dengan media massa yang lain, nampaknya internet kalah populer dengan televisi. Remaja pengguna internet yang menjadi partisipan pada penelitian ini menyatakan bahwa televisi lebih memiliki manfaat positif negatif yang lebih besar dibanding dengan internet. Menurut mereka hal ini disebabkan televisi lebih banyak dikonsumsi dibandingkan internet. Sebagaimana dinyatakan oleh Luluk, “kalo tv kan banyak yang punya kalo internet kan jarang yang bisa”.

Memang secara teoritis, semakin banyak stimuli yang sampai pada indera kita maka semakin tinggi pula kemungkinan stimuli tersebut berdampak pada diri penerima. Oleh karena itu pula televisi dikatakan memiliki dampak yang lebih kuat pada diri khalayak dibanding dengan media massa yang lain seperti radio dan surat kabar yang hanya menstimulasi satu macam indera manusia yakni indera pendengaran dan indera penglihatan.

Tetapi bila ditinjau dari segi aktivitas penerima pesan (khalayaknya) sebenarnya internet jauh lebih memiliki kemungkinan memberikan dampak kepada penggunanya. Hal ini disebabkan khalayak televisi bersifat pasif, sementara khalayak pengguna internet haruslah aktif atau interaktif untuk mampu memanfaatkan penggunaan internet. Artinya, khalayak pengguna internet tidak hanya mampu menerima pesan namun juga mengirimkan pesan. Karena sifatnya yang interaktif ini pula, banyak para ahli yang mengkhawatirkan internet menimbulkan banyak efek negatif dibanding efek positifnya.

Remaja pengguna internet memandang bahwa internet secara sosial kemasyarakatan belumlah memiliki kemampuan untuk memberikan manfaat positif. Pernyataan seperti, "saya gak punya bayangan bagaimana internet bias menyumbangkan sesuatu buat masyarakat", "paling sebatas informasi, walau seringkali gak akurat" ataupun "ya mudah-mudahan banyak positifnya" menunjukkan bagaimana ketidakpercayaan mereka atas manfaat internet bagi masyarakat.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1. Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa remaja pengguna internet di Surabaya termasuk dalam kategori *medium users*, berdasar jumlah waktu penggunaan internet per bulan. Berdasar jumlah waktu ini pula diketahui bahwa internet telah terintegrasi dalam kehidupan sosial remaja sehari-hari. Integrasi atau domestikasi internet sebagai teknologi komunikasi dalam kehidupan sosial keseharian remaja nampaknya tidak lepas dari proses adopsi internet itu sendiri. Hampir dapat dipastikan bahwa remaja mendapatkan ketrampilan mengakses internet dari *critical mass*, yakni orang-orang yang termasuk dalam kategori *early adopter* dalam hal ini adalah teman-teman mereka sendiri.

Pola konsumsi internet remaja pengguna internet di Surabaya menunjukkan kecenderungan lokasi akses di tempat publik (*warnet*) pada jam-jam luang seperti malam hari. Hal ini berkaitan dengan kenyamanan (sedikitnya pengunjung pada waktu tersebut) serta kemudahan *connecting* (lebih cepat koneksi provider pada malam hari). Sementara itu fasilitas yang sering dipergunakan adalah *emailing* dan *chatting*, disusul kemudian *browsing/surfing* serta *downloading*. Tidak terpakainya fasilitas *e-shopping* lebih dikarenakan ketidakmudahan serta ketiadaan faktor penunjang, seperti akses/kepemilikan kartu kredit, mahalnya produk serta ketiadaan kesempatan untuk mencoba atau mengamati produk secara langsung.

Portal besar seperti *Yahoo.com* dan *Hotmail.com* adalah situs-situs favorit remaja pengguna internet, baik untuk aktivitas *emailing* maupun mencari informasi, selain

kompas.com dan detik.com. dari portal-portal besar ini pula remaja pengguna internet mendapatkan e-card dan mengirimkannya melalui email.

Keberadaan internet nampaknya menjadi pesaing utama televisi, baik dari segi penyedia hiburan maupun informasi. Bagi sebagian remaja pengguna internet, televisi tetap merupakan alternatif media hiburan dan informasi utama dikarenakan mereka ada tanpa perlu adanya tujuan/intention dari khalayak untuk mengkonsumsinya. Sementara internet unggul karena isi informasinya yang sangat beragam, namun diperlukan adanya tujuan/maksud para pengguna sebelum mengkonsumsi internet. Berkaitan dengan informasi ini, dibanding dengan televisi dan media lain, internet menyediakan informasi yang aktual dan akurat, walaupun akurasi internet acapkali terpengaruh oleh keberadaan fasilitas chat room yang dianggap penuh kebohongan.

Remaja pengguna internet memandang internet memiliki manfaat positif yang lebih banyak daripada manfaat negatifnya, seperti menambah pengetahuan, informasi dan hiburan. Namun remaja nampaknya ragu untuk menyatakan bahwa internet bermanfaat bagi masyarakat. Tetapi satu hal yang patut diperhatikan bahwa keberadaan internet ataupun penggunaan internet tidak mengakibatkan berkurangnya sosialisasi, sebagaimana dikemukakan oleh remaja pengguna internet bahwa tidak terjadi perubahan yang signifikan pada waktu yang digunakan untuk bersosialisasi dengan keluarga dan teman-teman mereka.

VI.2. Saran

Pola konsumsi remaja pengguna internet tentu saja akan menjadi berbeda dan mengalami perubahan tatkala mereka beranjak dewasa ataupun bila dihadapkan pada

adanya teknologi komunikasi yang baru. Oleh karena itu disarankan adanya penelitian lanjutan yang berusaha untuk mengeksplorasi pola konsumsi tidak hanya remaja namun juga dewasa sekaligus melihat bagaimana posisi internet dalam kaitan dengan adanya inovasi teknologi komunikasi yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Hagen, I. (1999), *Studying Human Everyday Life Phenomena: Reflections About Concepts and Methodology*, England: Sheffield.
- Jones, S. (1999) "Studying the Net Intricacies and Issues" dalam *Doing Internet Research: Critical Issues and Methods for Examining the Net*, Jones, S. (ed), California: Sage Publications.
- Kawamoto, K. (1998), "News and Information at the Crossroads; making Sense of the New On-line Environment in the Context of Traditional Mass Communication Study", dalam *The Electronic Grapevine: Rumor, Reputation and Reporting in the New On-line Environment*, Borden, D.L. & Harvey, K. (eds), London: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Lapham, C. (1995), "The Evolution of the Newspaper of the Future", *CMC Magazine*, July 1, 1995.
- Naisbitt, J. (1997), *Megatrends Asia: The Eight Asian Megatrends that are Changing the World*, London: Nicholas Brealey Publishing Ltd.
- Neuman, W.R. (1991), *The Future of the Mass Audience*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Pastore, M., (2002), *Young Consumers Shy Away from E-Commerce*, http://cyberatlas.internet.com/big_picture/demographics/article (diakses 25 Oktober 2002)
- Pavlik, J.V. (1998) *New Communication Technology: Cultural and Commercial Perspectives*, Boston: Allyn and Bacon.
- Petrie, H & Gunn, D. (1998) *Internet "addiction": the effects of sex, age, depression and introversion*. <http://phoenix.herts.ac.uk/SDRU/Helen/inter.html> (diakses 25 Oktober 2002)
- Pusat Data dan Analisa Tempo, "Menjelajah Dunia Internet: Dari Situs Politik sampai E-Commerce", *Tempo*, 12 Maret 2000.
- Quinn, S. (1999), *Newsgathering on the Net: An Internet Guide for Australian Journalist*, Melbourne: Macmillan.
- Rogers, E.M., (1986) *Communication Technology: The Media in Society*, New York: The Free Press.