



PAMERAN

1-1 MAR 2003

LAPORAN PENELITIAN
DIK SUPLEMEN UNIVERSITAS AIRLANGGA
TAHUN ANGGARAN 2001

POLA PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI DI KALANGAN KELUARGA MUDA

Peneliti:

**I.G.A.K SATRYA WIBAWA, S.Sos.
YUYUN WI SURYA, S.Sos., MA.
Dra. RACHMAH IDA, M.A.**

LEMBAGA PENELITIAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

Dibiayai oleh Dana DIK Suplemen Universitas Airlangga Tahun 2001

S.K Rektor Universitas Airlangga Nomor 5306/J03/PG/2001

Tanggal 12 Juni 2001

Nomor Urut: 28

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

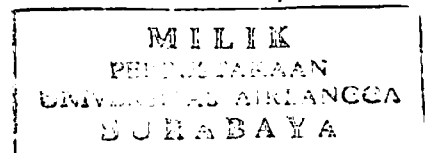
Desember, 2001



LAPORAN PENELITIAN
DIK SUPLEMEN UNIVERSITAS AIRLANGGA
TAHUN ANGGARAN 2001

POLA PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI DI KALANGAN KELUARGA MUDA

3000205023141



Peneliti:

I.G.A.K SATRYA WIBAWA, S.Sos.
YUYUN WI SURYA, S.Sos., MA.
Dra. RACHMAH IDA, M.A.

LEMBAGA PENELITIAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

Dibiayai oleh Dana DIK Suplemen Universitas Airlangga Tahun 2001

S.K Rektor Universitas Airlangga Nomor 5306/J03/PG/2001

Tanggal 12 Juni 2001

Nomor Urut: 28

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

Desember, 2001



UNIVERSITAS AIRLANGGA
JALAN KH. A. MOHAMMAD SALEH
SUKSES, GAYAMSARI, SURABAYA 60132

PERPUSTAKAAN
JALAN KH. A. MOHAMMAD SALEH
SUKSES, GAYAMSARI, SURABAYA 60132

Surabaya

Surabaya

Surabaya

MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA

Surabaya

Surabaya



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 Penggunaan Teknologi Informasi Di Kalangan Keluarga Muda
a. Macam Penelitian	: <input type="checkbox"/> Fundamental <input type="checkbox"/> Terapan <input checked="" type="checkbox"/> Pengembangan
b. Kategori Penelitian	: <input type="checkbox"/> I <input type="checkbox"/> II <input checked="" type="checkbox"/> III
2. Kepala Poyek Penelitian	
a. Nama lengkap dan Gelar	: IGAK Satrya Wibawa, S.Sos.
b. Jenis kelamin	: Laki-Laki
c. Pangkat/Golongan dan NIP	: Penata Muda/IIIa/132 255 154
d. Jabatan Sekarang	: Staf Pengajar
e. Fakultas/Puslit/Jurusan	: Fakultas ISIP
f. Univ/Ins./Akademi	: Universitas Airlangga
g. Bidang Ilmu yang diteliti	: Komunikasi
3. Jumlah Tim Peneliti	: 3 (tiga) orang
4. Lokasi Penelitian	: Surabaya
5. Kerjasama dengan Instansi lain	
a. Nama Instansi	: -
b. Alamat	: -
6. Jangka waktu penelitian	: 5 (lima) bulan
7. Biaya yang diperlukan	: Rp. 3.000.000,00
8. Seminar Hasil Penelitian	
a. Dilaksanakan Tanggal	: 11 Desember 2001
b. Hasil Penelitian	: () Baik Sekali (V) Baik () Sedang () Kurang

Surabaya, 11 Desember 2001



Mengetahui/Mengesahkan
a.n. Rektor
Ketua Lembaga Penelitian.

Prof. Dr. H. Sarmanu, M.S.
NIP 130 701125



RINGKASAN

POLA PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI DI KALANGAN KELUARGA MUDA (IGAK Satrya Wibawa, Rachmah Ida, Yuyun WI Surya, 2001, 45 halaman)

Penelitian ini dilakukan untuk menjawab dua pertanyaan mendasar: (1) Bagaimanakah pola penggunaan teknologi informasi di kalangan keluarga muda perkotaan? (2) Apa sajakah tujuan dari penggunaan teknologi informasi bagi keluarga muda perkotaan? Pada masyarakat tradisional, isyarat, simbol, dan berbagai lambang lain yang digunakan untuk menyusun pemahaman tentang realitas itu berasal dari komunikasi interpersonal.

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan sebelumnya dan sudah dirumuskan menjadi dua perumusan masalah, maka pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola penggunaan teknologi informasi di kalangan keluarga muda. Hal ini dapat diketahui dengan mengidentifikasi terlebih dahulu data sosiodemografis dari informan, kemudian mengidentifikasi kepemilikan dari jenis teknologi informasi pada keluarga muda. Dari dua hal ini, barulah akan diidentifikasi pola penggunaannya berdasarkan kedua hal tersebut.

Selain itu, dengan teridentifikasinya pola penggunaan, maka penelitian ini sekaligus juga bertujuan mencari jawaban dari perumusan masalah kedua, yaitu tujuan penggunaan teknologi informasi, yang bisa didapat dari deskripsi pola penggunaannya. Sehingga, akan diketahui jawaban apa sajakah tujuan penggunaan teknologi informasi tersebut bagi para keluarga muda di perkotaan. Dari hal ini bisa diidentifikasi juga opini an pemikiran keluarga muda tentang arti penting dan peran teknologi informasi dalam kehidupan mereka, baik sebagai individu dalam keluarga maupun sebagai anggota suatu komunitas sosial di masyarakat.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey -- depth interview* dengan tipe penelitian deskriptif-kualitatif. Dengan metode ini peneliti hanya memaparkan atau mendeskripsikan kepemilikan dan pola penggunaan teknologi informasi sehingga dapat diidentifikasi.

Teknik penentuan informan dilakukan secara *purposive sampling* karena homogenitas informan yang akan disasar, dengan batasan yaitu informan adalah pasangan keluarga muda yang usia pernikahannya kurang dari 5 tahun, kemudian dengan asumsi teknologi informasi untuk saat ini (terutama internet) hanya terjangkau oleh kalangan menengah ke atas, maka tentunya informan berasal dari status sosial ekonomi menengah ke atas, *well educated* (perguruan tinggi), tinggal di wilayah kota Surabaya serta secara khusus ditentukan harus pernah menggunakan internet dan atau memiliki akses internet. Jumlah informan yang diambil sebanyak 10 pasangan keluarga muda dengan asumsi tidak adanya kerangka sampling yang dapat menjelaskan data valid mengenai jumlah pasangan keluarga muda yang pernah dan atau memiliki akses internet di rumah.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara *depth interview* kepada 10 pasangan keluarga muda tersebut, Obyek penelitian ini adalah narasi-narasi kualitatif yang diperoleh dari informan dalam *depth interview* yang berisi informasi mengenai pemikiran, keterangan dan opini informan mengenai teknologi informasi. Data yang didapat kemudian dianalisis dan diinterpretasi berdasarkan beberapa indikator analisis secara bertahap untuk dapat menjawab perumusan masalah dalam penelitian ini.

Pola penggunaan teknologi informasi di kalangan keluarga muda yang menjadi informan penelitian ini sangat dipengaruhi *background* sosiodemografis yang dimiliki. Informan yang memiliki latar belakang yang memang memerlukan keterlibatan teknologi informasi -- seperti pengalaman historikal pemakaian teknologi informasi, ekonomi-finansial, pekerjaan, hobi -- akan intensif dan menjadikannya bagian integral dari kehidupan mereka. Namun, informan yang memiliki *background* sebaliknya, tidak akan intensif dalam penggunaan teknologi informasi.

Tujuan penggunaan teknologi informasi pada keluarga muda yang menjadi informan penelitian ini sangat variatif tergantung kepada kebutuhan dan bagaimana mereka menempatkan teknologi informasi itu dalam keluarga. Televisi, radio dan VCD lebih ditempatkan sebagai sarana hiburan, sedangkan *handphone* sebagai media komunikasi. Komputer dan internet ditempatkan sebagai alat penunjang pekerjaan serta sarana informasi.

Terdapat selektifitas dalam pemilihan dan penggunaan teknologi informasi. Keluarga muda yang menjadi informan dalam penelitian ini mengedepankan aspek tingkat kebutuhan dan kemampuan untuk memiliki teknologi informasi serta mengenyampingkan aspek gaya hidup dan *social value* yang bisa saja timbul dari penggunaan ragam teknologi informasi.

Pengaruh internal masih sangat dominan dalam pemilihan dan penggunaan ragam teknologi informasi, walau peran dan pengaruh eksternal dan media massa juga tidak dapat dihilangkan begitu saja. Namun, memang peran kedua faktor terakhir itu tidak signifikan. Internet dinilai sebagai ragam teknologi informasi yang harus diperhatikan di masa mendatang dan ditempatkan dalam prioritas kepemilikan mengingat nilai fungsional yang tinggi bagi informan.

(L.P. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga. No.Kontrak 589/J03.2/PG/2001, 13 Juni 2001)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur, akhirnya penelitian Pola Penggunaan Teknologi Informasi di Kalangan Keluarga Muda dapat terselesaikan dengan baik. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu hingga selesainya penelitian ini.

Ucapan terima kasih terutama kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian Universitas Airlangga 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.

Akhirnya, harapan peneliti semoga laporan ini bisa menjadi masukan dan bahan kajian bagi siapapun yang memperhatikan masalah penggunaan teknologi informasi dan komunikasi.

Surabaya, 23 Nopember 2001

Daftar isi

Halaman Judul		
Lembar Identitas dan Pengesahan		
Kata Pengantar		
Daftar Isi		
<hr/>		
Bab I	Pendahuluan	1
	I.1. Latar Belakang Masalah	1
	I.2. Perumusan Masalah	6
Bab II	Tinjauan Pustaka	6
Bab III	Tujuan dan Manfaat	14
	III.1. Tujuan Penelitian	14
	III.2. Manfaat Penelitian	15
Bab IV	Metodologi Penelitian	16
Bab V	Hasil dan Pembahasan	18
	V.1. Sosio Demografis Informan	18
	V.2. Media habit	20
	V.3. Kepemilikan Teknologi Informasi	22
	V.4. Penggunaan Teknologi Informasi	28
Bab VI	Kesimpulan dan Saran	36
	VI.1. Kesimpulan	36
	VI.2. Saran	37
	Daftar Pustaka	39
	Lampiran	40

BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Ada beberapa teori komunikasi yang memandang media massa sebagai perpanjangan alat indera manusia (McLuhan; 1964, Innis; 1951, dan Chafee; 1980). Teori semacam itu bertolak dari pemikiran, secara kodrati manusia mempunyai keterbatasan akses dalam memahami realitas dunia (Lippman; 1922). Karena keterbatasan alat indera dan mobilitasnya, manusia dalam menyusun dan mengorganisir realitas yang ada di luar lingkungannya senantiasa membutuhkan sarana untuk memperoleh gambaran mengenai realitas tersebut.

Pada masyarakat tradisional, isyarat, simbol, dan berbagai lambang lain yang digunakan untuk menyusun pemahaman tentang realitas itu berasal dari komunikasi interpersonal. Sementara pada masyarakat modern, gambaran mengenai realitas dunia diperoleh dari media massa. Media massa merupakan sarana manusia untuk memahami realitas. Sebab itu media massa senantiasa dituntut mempunyai kesesuaian dengan realitas dunia yang benar-benar terjadi. Artinya, penyebaran informasi pada abad XXI ini menjadi sangat tergantung pada teknologi yang menyertainya.

Perkembangan dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi memunculkan apa yang disebut “revolusi informasi” (Wriston; 1992). Revolusi informasi ini merupakan output dari perubahan yang dihasilkan oleh teknologi informasi dan komunikasi. Dua bentuk teknologi komunikasi modern terpenting adalah teknologi untuk menyalurkan informasi dan sistem komputer modern untuk memprosesnya. Kedua hal ini, disamping memiliki pengaruh yang kuat atas budaya dan kehidupan, juga memaksa sebagian atau kebanyakan individu untuk menjadi konsumtif informasi.



Pada umumnya, orang mungkin cenderung mengatakan bahwa perubahan dramatik semacam itu sebagai pencapaian suatu revolusi informasi. Namun, sesungguhnya ada dua faktor yang mendasari dan mengarahkan revolusi informasi yang berperan besar dalam pembentukan pola kehidupan manusia. Pertama, adalah perkembangan yang cepat serta penyebaran yang luas dari pengetahuan dan informasi dari segala bidang. Kedua adalah peningkatan pentingnya pengetahuan dalam produksi kekayaan serta penurunan relatif dari nilai-nilai dan sumber material informasi.

Pemahaman seperti itu menjadi lebih lengkap dengan semakin meningkatnya kemajuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi. Penemuan internet, saluran digital, dunia virtual beserta hardware pendukungnya makin menguatkan hal itu. Sehingga, tidak salah jika sistem ini merealisasikan konsep *Global Village* dari Marshall McLuhan yang telah menarik hampir seluruh dunia ke dalam suatu percakapan global tunggal, yang secara global pula menilai, menyetujui dan tidak menyetujui produk jasa, pelayanan, lembaga, ide atau apapun yang dulu hanya dievaluasi pasar lokal. (Wriston, 1992)

Penyebaran teknologi informasi dan komunikasi pada masyarakat dunia semakin padu dengan strategi pemasaran yang dibawanya. Teknologi informasi menjadi *brand identity* modernitas individu. Bahkan, *social value* suatu individu atau komunitas menjadi sangat tergantung kepada sejauh mana tingkat adopsi mereka terhadap teknologi informasi dan komunikasi. Sebagaimana yang dikatakan oleh Walter Truett Anderson dalam "*reality isn't what it used to be*", manusia dalam kehidupan posmodern dapat memilih sebuah kehidupan eksperimentasi, menikmati belanja abadi di dalam bazaar kebudayaan" (Piliang;1999). Teknologi informasi dengan mudah menciptakan dan

menyebarkan bentuk baru realitas. Realitas baru itu kini menjadi bagian dari pasar; ia harus menemukan pembelinya dan mengajak konsumen mengisi peran teater tertentu di dalamnya.

Individu-individu dalam masyarakat modern menjadi semakin diatur oleh berbagai sistem abstrak. Anthony Giddens dalam *the Consequences of modernity* menyatakan sistem abstrak sangat mengandalkan diri pada perwujudan lewat mekanisme tanda simbolis dan sistem ahli. Yang pada akhirnya membentuk gejala pencabutan hubungan sosial. Termasuk dalam sistem masyarakat terkecil yaitu keluarga.

Pekembangan keluarga dalam kehidupan masyarakat urban yang semakin kosmopolitan memasuki era modernisasi. Di hampir setiap keluarga-keluarga urban middle class kehadiran teknologi informasi tidak bisa dihindarkan lagi. Teknologi komputer kini bukan menjadi kategori barang-barang mewah lagi. Apalagi kehadiran internet dan multi media di banyak keluarga kota kini juga banyak dijumpai. Namun, pemanfaatan teknologi informasi itu sendiri belum banyak dikaji oleh para peneliti di bidangnya. Ada kecenderungan yang berkembang dalam masyarakat saat ini, bahwa kepemilikan teknologi komputer, internet dan multi media diasosiasikan dengan persoalan aktualisasi kelas dan bukan pada pemanfaatannya sendiri.

Simbolisasi dan pengungkapan jargon masyarakat informasi sebagai masyarakat yang melek informasi dan memanfaatkan berbagai teknologi untuk mendapatkan informasi menjadi sumber utama pembentukan konsumen informasi. Baik konsumen yang membutuhkan core product maupun actual product yang dihasilkan teknologi informasi. Keluarga muda merupakan simbol kelas baru dalam masyarakat konsumen yang menjadi sasaran potensial. Sebagai sistem yang baru terbentuk dalam lingkungan

sosialnya, keluarga muda memerlukan simbol-simbol baru untuk menunjukkan eksistensinya. Kepemilikan dan pemanfaatan teknologi informasi adalah salah satu cara yang lazim dipilih.

Apalagi, kondisi booming teknologi informasi di Indonesia sangat mendukung hal tersebut. Tercatat hanya satu juta masyarakat Indonesia yang tercatat sebagai pengguna aktif teknologi internet berbayar – berlangganan akses internet pada provider. Sedangkan, sekitar 1 juta lainnya sebagai pengguna pasif. Sebuah jumlah yang secara kuantitas memang tergolong sangat sedikit jika dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia keseluruhan atau dibandingkan dengan jumlah pemakai Internet di negara lain, bahkan di Asia. Namun, dari sisi kepentingan pasar, angka itu berarti menyisakan pasar yang potensial untuk diraih. Inilah yang menjadi sasaran pasar teknologi informasi.

Keluarga muda Indonesia yang berasal dari generasi yang dibesarkan pada abad televisi, yang mengakrabi berbagai peralatan teknologi informasi yang ada di sekitarnya, diasumsikan akan memiliki kedekatan dan ketergantungan psikologis terhadap penggunaan teknologi informasi. Sebagai keluarga baru, maka berbagai predikat dan simbol tentunya melekat dan ingin dilekatkan pada status keluarga tersebut. Misalkan saja, kepemilikan berbagai peralatan elektronik, teknologi informasi hingga akses informasi. Sebab, pada usia mereka, pendekatan masyarakat informasi lebih mudah dikedepankan.

Berdasarkan asumsi-asumsi teoritis dan pragmatis di atas inilah, maka penelitian ini bermaksud untuk mendeskripsikan dan mengidentifikasi pola penggunaan teknologi informasi di kalangan keluarga muda perkotaan.

I.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan kajian-kajian dan fenomena di atas, maka, peneliti mengangkat perumusan masalah penelitian ini ke dalam dua pertanyaan mendasar:

1. Bagaimanakah pola penggunaan teknologi informasi di kalangan keluarga muda perkotaan ?
2. Apa sajakah tujuan dari penggunaan teknologi informasi bagi keluarga muda perkotaan?

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

Media massa saat ini telah menjadi bagian kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Dalam kesehariannya, masyarakat mengalami exposure dari berbagai macam media massa: surat kabar, televisi, radio dan termasuk di dalamnya adalah komputer sebagai teknologi media baru atau teknologi informasi. Tujuan industri informasi adalah untuk mempercepat hadirnya masyarakat informasi dengan menggunakan teknologi, dengan kata lain, memunculkan era informasi.

Istilah era informasi dipandang sebagai titik pusat tatanan masyarakat. Sebagai sebuah gejala sosial, masyarakat di era informasi memperhatikan secara jelas trinitas suci yang terdiri dari satelit komunikasi, televisi kabel, dan komputer pribadi. Satelit merupakan bapak dari semua perangkat ini, sistem kabel merupakan anak lelaki yang berjalan di sekitar kita dan komputer pribadi adalah roh yang menjiwai hidup kita. Seorang futuris Perancis telah mengatakan bahwa komputer akan dianggap sebagai sumber kehidupan baru yang diturunkan kepada manusia.

Wilbur schramm secara singkat menyatakan perkembangan telekomunikasi dan teknologi informasi sebagai berikut:

“dari bahasa lisan ke tulisan dibutuhkan waktu skurang-kurangnya 5 juta tahun. Dari tulisan ke percetakan sebanyak 5 ribu tahun. Dari percetakan ke mdia audioviasul, fotografi, telepon, rekaman suara, radio dan televisi sekitar 500 tahun. Dari media audio visual ke komputer modern kurang dari 50 tahun”.

Artinya, perkembangan ke depan akan semakin cepat karena kemampuan manusia untuk membuat teknologi informasi juga semakin cepat.

J. Thompson (1990) mengilustrasikan hal itu sebagai berikut:

“Today we live in a world in which the extended circulation of symbolic forms plays a fundamental and ever-increasing role. In all societies the production and exchange of symbolic forms – of linguistic expressions, gestures, actions, works of art and so on – is, and has always been a pervasive feature of social life. But with the advent of modern societies, propelled by the development of capitalism in early modern Europe, the nature and extent of the circulation of symbolic forms took on a new and qualitatively different appearance. Technical means were developed which, in conjunction with institutions oriented towards capital accumulation, enabled symbolic forms to be produced, reproduced and circulated on a hitherto unprecedented scale. These developments in what is commonly called mass communications received a further impetus from advances in the electrical codification and transmission of symbolic forms, advances which have given us the varieties of electronic telecommunication characteristic of the twentieth century.”
(Abercrombie, 1996:1)

Teknologi selalu memiliki dua dimensi pengertian. Pertama, perangkat keras (hardware) sebagai dimensi material teknologi, dan perangkat lunak (software) sebagai dimensi non material. Dalam konsepsi antropologi budaya, hardware disebut sebagai artefak, sedangkan yang kedua disebut sebagai sosiofak. Kedua dimensi ini senantiasa berjalan seiring untuk dapat mencapai tujuannya secara seimbang.

Istilah teknologi informasi mulai dipergunakan secara luas di pertengahan tahun 1980-an. Teknologi ini merupakan pengembangan dari teknologi komputer yang dipadukan dengan teknologi telekomunikasi. Definisi kata “informasi” sendiri secara internasional telah disepakati sebagai “hasil dari pengolahan data”, yang secara prinsip memiliki nilai atau value yang lebih dibandingkan dengan data mentah. Sesungguhnya tidak mudah mendefinisikan informasi karena istilah ini memiliki banyak spek yang berbeda-beda, tergantung sudut pandang yang digunakan. Eastabrook (1977) menyatakan informasi adalah suatu rekaman fenomena yang diamati atau bisa juga berupa putusan-putusan yang dibuat (Yusup, 1995:9).

Komputer merupakan bentuk teknologi informasi pertama yang melakukan proses pengolahan data menjadi informasi. Dalam kurun waktu yang kurang lebih sama, kemajuan teknologi telekomunikasi terlihat sedemikian pesatnya, sehingga mampu membuat dunia jadi terasa lebih kecil (mereduksi ruang dan waktu). Dari sejarah ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan teknologi informasi adalah suatu teknologi yang berhubungan dengan pengolahan data menjadi informasi dan proses penyaluran data / informasi itu dalam batas ruang dan waktu.

Tidak seperti kebanyakan media komunikasi, komputer sebagai media komunikasi berbasis teknologi informasi mengalami proses adopsi yang berbeda dalam masyarakat. Silverstone (1989) mendeskripsikan proses adopsi komputer dalam masyarakat ini sebagai proses *domesticated*. Ketika komputer didomestikasi, perangkat teknologi informasi ini diappropriasikan dalam kultur domestik rumah. Masyarakat menggunakan dan menginterasikan komputer ke dalam kehidupan keseharian mereka (Hagen,1999). 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 serta menggabungkan diri dengan sesama pemilik komputer. 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 dengan konteks sosial yang lebih luas. Dalam konteks inilah individu pengguna komputer mendapatkan kontak-kontak dan interaksi sosial yang lebih luas sebagai akibat dari penggunaan komputer.

Penggunaan komputer dengan demikian juga berpengaruh pada personalitas dan identitas penggunanya. Penggunaan komputer menyediakan penggunanya kesempatan untuk membentuk dan mengekspresikan identitasnya. Bahkan, social value suatu individu atau komunitas menjadi sangat tergantung kepada sejauh mana tingkat adopsi mereka terhadap teknologi informasi dan komunikasi. Sebagaimana yang dikatakan oleh Walter Truett Anderson dalam *"reality isn't what it used to be"*, manusia dalam kehidupan posmodern dapat memilih sebuah kehidupan eksperimentasi, menikmati belanja abadi di dalam bazaar kebudayaan" (Piliang,1999). Teknologi informasi dengan mudah menciptakan dan menyebarkan bentuk baru realitas. Realitas baru itu kini menjadi bagian dari pasar; ia harus menemukan pembelinya dan mengajak konsumen mengisi peran teater tertentu di dalamnya.

Realitas baru itu mencoba melihat bahwa penggunaan dan kepemilikan teknologi informasi memilah-milah masyarakat ke dalam sekat baru yang diidentifikasi sebagai kelas menengah baru. Kelas ini dilihat dari perspektif status sosial ekonomi yang diindikasikan dari pendapatan, status pekerjaan serta pendidikan formal. Sehingga, dari status sosial, kalangan ini menjadi kalangan elite baru dalam hal inovasi dan adopsi teknologi informasi.

Menurut Everett M.Rogers, ada tiga alasan mendasar yang menjadi sebab terbentuknya kalangan elit baru ini, yaitu:

1. **Media baru teknologi informasi adalah media yang memerlukan biaya, sedangkan kalangan menengah baru ini memiliki kemampuan yang memadai untuk memenuhi biaya itu.**
2. **Kalangan menengah sebagai kalangan yang lebih berpendidikan memiliki kesadaran yang lebih tinggi dalam pemenuhan kebutuhan informasi sehingga secara tidak langsung akan mencari dan berusaha memiliki teknologi informasi yang dapat memuaskan kebutuhan itu.**
3. **Dengan status pekerjaan yang relatif istimewa menempatkan kalangan menengah ini sebagai posisi kunci dalam pembentukan masyarakat informasi dan secara teknis, memiliki kompetensi untuk menggunakan teknologi informasi.**

Keluarga dalam penampakkannya sebagai sistem dalam komunitas masyarakat secara psikologis menginginkan kemunculan eksistensinya. Sehingga, dalam kaitannya dengan kepemilikan dan penggunaan teknologi informasi dikaitkan dengan status sosial.

Hasil penelitian yang dilakukan di Amerika tahun menyatakan bahwa 58 % responden yang menggunakan sistem komputer terpadu difungsikan lebih sebagai simbol status (Rogers, 1986:133). Lebih lanjut hasil penelitian ini juga menyatakan bahwa mereka yang memiliki teknologi informasi memiliki kecenderungan sebagai berikut:

- *more cosmopolite (cosmopolitaness is the degree to which an individual is oriented outside the social system)*
- *more exposed to mass media channels, and relatively less dependent on interpersonal communication channels.*
- *More exposed to interpersonal communication channels, and more highly interconnected through network links to the system*
- *More directly in communication with scientific and technical sources of information about the new communication technology.(Rogers, 1986:133)*

Secara teoritis, teori di atas akan memberikan pembenaran pada pernyataan bahwa pemenuhan kebutuhan informasi akan berbeda-beda dan ditentukan oleh kinerja kepemilikan dan penggunaan teknologi informasi. Status sosial secara timbal balik akan ditunjukkan dengan jenis dan jasa informasi yang dipakai oleh individu maupun sistem tempat individu tersebut menjadi anggota. Menurut pendapat Herbert Gans (1974), kita mungkin saja membicarakan perkembangan selera publik terhadap informasi dimana model pemakaian produk informasi merupakan sebuah refleksi dari identitas pribadi dan kelas sosial.

Kajian serupa juga dikemukakan M Alwi Dahlan dalam makalahnya yang berjudul “Pembudayaan Teknologi Informasi menuju Masyarakat Informasi” yang menyatakan bahwa ada empat kecenderungan yang terjadi pada masyarakat Indonesia akibat gelombang teknologi informasi:

1. Keadaran informasi masih belum memadai, ini terlihat dari penanganan informasi dan perilaku komunikasi.
2. Sikap terhadap teknologi informasi belum menunjang. Artinya masyarakat mungkin telah membicarakan teknologi tetapi umumnya belum diikuti penerapan sepenuh hatinya. Masih banyak masyarakat yang membeli teknologi informasi hanya sebagai status sosial.
3. Penggunaan teknologi informasi belum meluas apalagi mengakar dalam kehidupan masyarakat.
4. Penerapan budaya informasi belum didorong oleh pelembagaan atau kebijakan nasional..

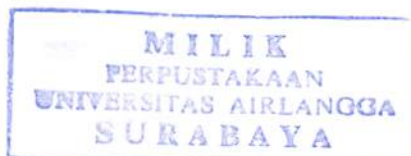
Pendapat Alwi Dahlan bisa dikomparasikan dengan kenyataan yang ada bahwa seringkali teknologi informasi diciptakan tidak lagi untuk memenuhi kebutuhan nyata, tetapi semata “pemenuhan emosional dan kenikmatan eksistensial” atau dalam kata-kata Einstein, terdapat “*the joy of intellectual power*”.

Hal ini mau tidak mau menimbulkan culture-lag, yaitu ketidaksamaan antara kemampuan memiliki perangkat keras dengan kemampuan mengoperasikan atau memanfaatkan potensi teknologi itu. Kondisi ini bisa juga disebabkan sifat teknologi itu sendiri yang pembuatannya lebih mencerminkan budaya di mana teknologi itu diciptakan atau kebutuhan dari lingkungan penciptanya, sehingga belum tentu sesuai dengan keadaan pengguna teknologi itu di tempat lain (Dahlan, 1993:6)

Berpijak dari teori kebutuhan yang dikemukakan Abraham Maslow, Katz, Gurevitch dan Haas menyatakan pemenuhan kebutuhan akan informasi adalah sebagai berikut:

1. Kebutuhan kognitif; kebutuhan yang berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat atau menambah informasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang akan lingkungannya.
2. Kebutuhan afektif; kebutuhan yang dikaitkan dengan penguatan estetis, hal yang menyenangkan dan pengalaman emosional.
3. Kebutuhan Integrasi personal (personal integrative needs); kebutuhan yang dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu.
4. Kebutuhan integrasi sosial; kebutuhan yang dikaitkan dengan penguatan hubungan dengan keluarga, teman atau orang lain, yang didasari oleh hasrat untuk bergabung dengan orang lain.
5. Kebutuhan berkhayal (escapist needs); kebutuhan yang dikaitkan dengan kebutuhan untuk melarikan diri, melepaskan ketegangan dan hasrat untuk mencari hiburan. (Yusup, 1995:4)

Berpijak pada teori kebutuhan serta dibarengi dengan kondisi riil seringkali menyebabkan pemanfaatan teknologi tidak optimal. Dalam kenyataannya, tak jarang



teknologi informasi yang canggih hanya digunakan untuk pekerjaan sederhana atau kebutuhan yang sifatnya tidak esensial. Sehingga, ironi yang muncul di sini adalah kepemilikan teknologi informasi seringkali hanya merupakan bagian dari lifestyle atau malah sekadar instrumen eksistensi sosial dalam komunitas mereka.

BAB III. TUJUAN DAN MANFAAT

III.1. Tujuan penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan sebelumnya dan sudah dirumuskan menjadi dua perumusan masalah, maka pada dasarnya penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pola penggunaan teknologi informasi di kalangan keluarga muda. Hal ini dapat diketahui dengan mengidentifikasi terlebih dahulu data sosiodemografis dari informan, kemudian mengidentifikasi kepemilikan dari jenis teknologi informasi pada keluarga muda. Dari dua hal ini, barulah akan diidentifikasi pola penggunaannya berdasarkan kedua hal tersebut.

Selain itu, dengan teridentifikasinya pola penggunaan, maka penelitian ini sekaligus juga bertujuan mencari jawaban dari perumusan masalah kedua, yaitu tujuan penggunaan teknologi informasi, yang bisa didapat dari deskripsi pola penggunaannya. Sehingga, akan diketahui jawaban apa sajakah tujuan penggunaan teknologi informasi tersebut bagi para keluarga muda di perkotaan. Dari hal ini bisa diidentifikasi juga opini an pemikiran keluarga muda tentang arti penting dan peran teknologi informasi dalam kehidupan mereka, baik sebagai individu dalam keluarga maupun sebagai anggota suatu komunitas sosial di masyarakat.

III.2. Manfaat Penelitian

Implikasi yang hendak diberikan dalam penelitian ini adalah memberi deskripsi tentang penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi di kalangan keluarga muda perkotaan. Penelitian ini juga dapat memberikan gambaran pola konsumsi teknologi

informasi yang mencerminkan nilai-nilai modernitas individu sebagai anggota keluarga dan masyarakat.

Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan bagi penelitian selanjutnya dengan ranah yang sama untuk dapat memberikan gambaran dan deskripsi awal mengenai penggunaan teknologi informasi dan implikasinya di kalangan keluarga muda. Deskripsi mengenai opini, pemahaman dan pola penggunaan teknologi informasi di kalangan keluarga muda ini akan sangat membantu para akademisi atau peneliti yang berminat mengembangkan studi lebih jauh mengenai aspek sosial inovasi teknologi serta implikasi psikologisnya. Sedang, bagi praktisi yang berkecimpung di bidang pemasaran teknologi informasi juga dapat memahami karakteristik sosial-psikologi dari konsumen teknologi informasi sehingga dapat memberikan kajian praktis dari aspek ekonomis untuk pemasaran teknologi informasi pada sasaran yang dikehendaki.

BAB IV. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survey – depth interview dengan tipe penelitian deskriptif-kualitatif. Dengan metode ini peneliti hanya memaparkan atau mendeskripsikan kepemilikan dan pola penggunaan teknologi informasi sehingga dapat diidentifikasi.

Tehnik penentuan informan dilakukan secara purposive sampling karena homogenitas informan yang akan disasar, dengan batasan yaitu informan adalah pasangan keluarga muda yang usia pernikahannya kurang dari 5 tahun, kemudian dengan asumsi teknologi informasi untuk saat ini (terutama internet) hanya terjangkau oleh kalangan menengah ke atas, maka tentunya informan berasal dari status sosial ekonomi menengah ke atas, well educated (perguruan tinggi), tinggal di wilayah kota Surabaya serta secara khusus ditentukan harus pernah menggunakan internet dan atau memiliki akses internet. Jumlah informan yang diambil sebanyak 10 pasangan keluarga muda dengan asumsi tidak adanya kerangka sampling yang dapat menjelaskan data valid mengenai jumlah pasangan keluarga muda yang pernah dan atau memiliki akses internet di rumah.

Pengumpulan data dilakukan dengan cara depth interview kepada 10 pasangan keluarga muda tersebut, yang sudah dibagi dalam dua kelompok, yaitu kelompok pertama adalah pasangan yang tidak memiliki akses internet di rumah tapi pernah menggunakan internet, baik di warnet, kampus, kantor ataupun tempat lainnya. Sedangkan kelompok kedua adalah pasangan yang memiliki akses internet di rumah. Perbedaan ini dilakukan untuk mengetahui komparasi dan analisis yang lebih dalam terhadap penggunaan dan tujuan kepemilikan teknologi informasi khususnya internet.

Obyek penelitian ini adalah narasi-narasi kualitatif yang diperoleh dari informan dalam depth interview yang berisi informasi mengenai pemikiran, keterangan dan opini informan mengenai teknologi informasi. Data yang didapat kemudian dianalisis dan diinterpretasi berdasarkan beberapa indikator analisis secara bertahap untuk dapat menjawab perumusan masalah dalam penelitian ini.

1. Data sosio demografis yang dipergunakan sebagai kajian dasar, termasuk media habit sebagai dasar referensi.
2. Kepemilikan teknologi informasi yang dikaitkan dengan proses pembelian, penggunaan, individu yang paling berperan sehingga dapat dideskripsikan pola penggunaannya maupun tujuan penggunaannya

BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN

V.1 Sosio Demografis Informan

Keluarga muda yang disasar di sini adalah pasangan yang usia perkawinannya kurang dari lima tahun. Dari 10 pasangan yang diwawancarai, terbagi menjadi dua kelompok besar. Kelompok pertama adalah keluarga pengguna internet pasif yang diartikan sebagai tidak memiliki akses internet di rumah, tapi di tempat lain, seperti di kantor atau di warnet. Sedangkan kelompok kedua adalah pengguna internet aktif, yaitu keluarga yang memiliki akses internet di rumah. Kelompok pertama terdiri dari enam pasangan keluarga sedangkan kelompok kedua terdiri dari empat pasang.

Dari hasil wawancara, para informan secara ekonomis tergolong keluarga dari kalangan menengah ke atas. Pendapatan pribadi berkisar antara Rp 750 ribu – 2 juta, sedangkan pengeluaran keluarga berkisar antara Rp 500 ribu – 1 Juta. Sedangkan dari sisi usia, berkisar dari 22 – 35 tahun. Pendidikan nyaris homogen karena rata-rata sudah menjalani pendidikan sarjana strata satu, sedangkan pekerjaan relatif bervariasi, mulai dari ibu rumah tangga, wiraswasta, pegawai swasta, entertainer, pekerja media, hingga kalangan akademisi serta Pegawai Negeri Sipil.

Kondisi sosiodemografis ini dapat menjelaskan asumsi awal bahwa kepemilikan teknologi informasi dari kalangan keluarga muda memang mayoritas dijangkau oleh kalangan menengah ke atas secara finansial. Kondisi ekonomi dapat dijadikan alasan paling tepat untuk saat ini, karena teknologi informasi mengalami demassifikasi karena faktor harga. Sedangkan, dengan status pendidikan yang relatif tinggi, maka dapat diasumsikan bahwa informan relatif *technology literate* sehingga pemahaman akan kegunaan dan manfaat dari penggunaan teknologi informasi juga relatif lebih tinggi dari

strata masyarakat yang berpendidikan lebih rendah. Sedangkan heterogenitas pekerjaan memperlihatkan bahwa teknologi informasi tidak saja menjadi monopoli kalangan akademis, tapi hampir semua sektor kehidupan.

Dari jenis teknologi informasi yang dimiliki, Televisi dan radio menjadi jenis TI yang paling umum, karena semua informan memiliki. Sedangkan VCD/DVD/VHS dan sejenisnya relatif jarang dimiliki. Handphone juga sudah menjadi semacam kebutuhan primer karena hampir semua informan memilikinya dan merasa perlu untuk memilikinya. Sebaliknya dengan PC (personal Computer) Desktop, tidak semua informan merasakan urgensi dari kepemilikan PC, dengan beragam alasan, seperti contoh berikut:

“Kita nggak ada komputer, kan di kantor sudah diberikan komputer sendiri-sendiri. Jadi, buat apa punya komputer sendiri lagi. Pakai saja punya kantor, ya nggak ?” (keluarga B)

Namun, dari perspektif lain, kepemilikan komputer dinilai sangat urgen. Malah lebih tinggi tingkat kepentingannya dari akses internet. Seperti alasan yang disampaikan oleh suami dari keluarga C :

“Bagiku, komputer paling bermanfaat. Soalnya, di depan komputer bisa muncul ide, misalnya bikin proposal, mengembangkan wirausaha, bisa dapat ide dan merealisasikannya segera. Kalau internet, malah takutnya jarang pakai, mending ke warnet”

Pendapat ini umumnya muncul dari keluarga kelompok pertama, yang tidak memiliki akses internet sendiri dari rumah. Sedangkan dari kelompok kedua, kepemilikan komputer jelas tidak bisa dipisahkan dari kehidupan mereka. Seperti yang disampaikan keluarga J :

“Komputer kan untuk bisa mengakses internet, padahal internet itu untuk dapat mengetahui informasi. Apalagi informasi harga produk-produk komputer yang perkembangannya cepat sekali.

belum lagi soal kualitas produk yang kita bisa tahu dari internet. Tanpa komputer, kita kan tidak bisa mengetahui itu semua.”
(keluarga J)

Timbulnya beberapa pendapat itu dapat dijelaskan oleh teori kebutuhan yang disampaikan oleh Katz, dkk, yang membagi level kebutuhan menjadi beberapa peringkat. Persoalannya jenis kebutuhan mana yang paling urgensi, maka akan mendorong mengeluarkan tindakan untuk mencapai kebutuhan itu disertai dengan alasannya masing-masing.

V.2. Media habit

Penggunaan media sebagai dasar reference dan sumber informasi bagi para informan menjadi relatif penting untuk diketahui, karena media menjadi salah satu sumber informasi yang dicari informan. Seluruh informan pada dasarnya membaca minimal satu media cetak yaitu surat kabar harian seperti Jawa Pos, Kompas atau Surya. Media itu didukung pula dengan beberapa media cetak tambahan yang rata-rata media yang segmented, seperti Bola, Audio Pro, Nakita, femina, Tempo dan media lainnya.

Namun begitu, penggunaan media cetak ini relatif tidak intensif, dalam artian jika diukur dengan penggunaan media elektronik. Ini seringkali disebabkan karena “ketidakpraktisan” media cetak, dalam artian tidak bisa dilakukan secara bersamaan.

“...soalnya, aku kan kalau baca nggak bisa gitu kan, karena punya anak ya lagi baca habis itu ngurus anak lagi. Baru bisa baca lagi kalau nganggur. Itu pun Cuma baca depannya doang, waktunya paling-paling setengah jam. Sedang nonton TV, dalam sehari bis atiga jam. Apalagi kalau acaranya favoritku, apa itu .. Carmenita. Kan bisa disambi ngasuh anakku,” (Istri keluarga G)

dengan karakteristik media seperti itu, tidak heran jika media elektronik seperti televisi dan radio lebih dipilih daripada media cetak, walau karena didasari alasan mencari hiburan dan relatif multifungsi, misalkan bisa untuk menonton film (melalui VCD), untuk main game (melalui Playstation) atau justru untuk pekerjaan, seperti yang dijelaskan suami dari keluarga H:

“TV manfaatnya banyak. Yang jelas sebenarnya TV buat hiburan. Kalo pas harus memanteng acara TV-nya, kalau aku punya TV nggak harus aku nonton TV, tapi aku bisa nonton film melalui VCD. Tapi emang rata-rata buat hiburan. Buat main PS (play Station) sama VCD. Kalo pas nanti ada kerjaan editing, baru ini dibawa masuk,”
(Suami dari keluarga H)

Radio sebagai salah satu media elektronik juga relatif sama. Bahkan, peran sebagai sumber informasi relatif lebih dirasakan oleh informan. Karena perannya yang lebih fleksibel dibanding media lain. Keunggulan radio menurut informan – dibandingkan dengan televisi – adalah bisa didengar di manapun. Memang tidak berbeda jauh dengan apa yang sudah diketahui secara umum selama ini. Hal ini bisa jadi menarik karena radio selama ini dianggap sudah mulai pudar karena dikalahkan peran televisi. Persoalannya, keluarga muda rata-rata adalah keluarga yang kesehariannya disibukkan dengan rutinitas di jalan untuk pergi dan pulang ke tempat kerja dan berada di kantor menyelesaikan pekerjaan. Sehingga, radio menjadi media yang bisa didengar dengan mudah. Televisi harus dilihat secara khusus di rumah. Itupun harus bersaing dengan media cetak yang juga harus membutuhkan waktu khusus untuk dibaca.

“Melalui radio, saya bisa mendapatkan banyak hal yang lebih cepat dan aktual dibandingkan media cetak dan televisi. Misalkan saja dalam informasi olahraga dan musik. Kalau di TV, berita bola-nya ketinggalan. Lagipula, sambil mendengarkan radio, saya masih bisa baca koran. Susah kan kalau saya sambi dengan menonton TV ?” (Suami keluarga F)

V.3. Kepemilikan Teknologi Informasi

Kepemilikan teknologi informasi bisa jadi sudah mencapai titik kejenuhan, dalam artian, tidak banyak lagi inovasi fundamental dalam produk-produk teknologi informasi. Yang timbulnya hanyalah variasi dan pengembangan dari jenis teknologi informasi yang sudah ada. Sehingga, jika ditelusuri pada basic teknologi yang dimiliki, maka teknologi informasi yang ada sekarang sudah mencakup semuanya.

Secara umum, jenis teknologi informasi yang dimiliki informan relatif seragam. Mulai dari Televisi, Radio, Handphone, VCD?DVD, ataupun komputer. Tingkat ekonomi yang memadai dari setiap informan sangat mendukung terjadinya kondisi ini. Apalagi, sebagian besar dari peralatan itu sudah ada dan dibawa sejak dari keluarga asal mereka masing-masing. Sehingga, kebutuhan akan teknologi informasi sudah terpenuhi sejak awal terbentuknya keluarga baru itu. Sehingga, beberapa aspek kepemilikan terpecahkan sejak awal. Misalkan kenapa memilih jenis teknologi X atau Y, menjadi bukan lagi sebuah pilihan. Karena peralatan itu sudah dimiliki dan dibawa sejak awal menikah. Atau seringkali dibawa dari keluarga asal masing-masing.

“Kalau televisi, punya sejak kecil ya.. Radio juga sudah lama, karena barang-barang itu ada kan dengan kepemilikan yang berkelanjutan dari orangtua dulu. Barangnya keluarga kan banyak, dan kita kebagian, gitu.” (Keluarga C)

Peralatan teknologi informasi yang dimiliki dan digunakan informan pada dasarnya merujuk kepada *device* atau alat yang selama ini sudah diakrabi, baik secara individu maupun komunal. Peralatan itu antara lain televisi dan radio. Kepemilikan televisi dan radio bagi informan menjadi suatu keharusan. Itu karena aspek hiburan dan

informasi yang ditimbulkan dari kedua teknologi tersebut. Dengan fisik yang relatif *mobile*, televisi dan radio menjadi pilihan utama bagi sebagian besar orang untuk dijadikan sumber referensi informasi utama. TV dan radio sebagai salah satu wujud teknologi komunikasi menjadi pilihan yang paling lumrah, karena hampir semua keluarga memilikinya.

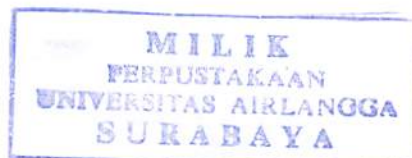
“Kalau televisi sudah ada dari dulu. Kan dapet kado. Kalau radio pilih yang murah dululah. Apalagi dengan televisi, kita bisa nonton VCD. Soalnya nonton di bioskop kan sudah nggak sempat lagi sekarang,” (keluarga I)

Begitu juga dengan handphone. Jenis teknologi ini menjadi jenis teknologi yang sangat biasa dimiliki oleh informan. Bahkan, dalam beberapa hal, tingkat kepentingannya bisa saja mengalahkan jenis teknologi informasi yang lainnya, karena nilai kebutuhan yang ditawarkan sangat tinggi. Apalagi jika dikaitkan dengan aspek pekerjaan.

“Bagi saya handphone itu nomer satu. Pokoknya selama 24 jam saya hidupkan terus. Soalnya buat SMS kadang malam. Buat saya penting sekali. Informasi kan senjata buat pekerjaan saya, saya harus up to date terus informasinya.” (keluarga J)

VCD / DVD dan sejenisnya, memang relatif umum dimiliki tapi tidak menjadi prioritas, karena tingkat penggunaannya pun relatif jarang. VCD dan sejenisnya tidak dianggap sebagai jenis teknologi yang tingkat kepentingannya tinggi dan harus dimiliki. Posisi teknologi ini dianggap bisa digantikan oleh televisi dan atau komputer. Terlebih lagi, tidak banyak informan yang senang dan sempat menonton film secara khusus dengan menggunakan VCD dan sejenisnya.

“kita memang punya VCD, tapi VCD jarang kita pakai. Jarang banget. malah. Paling nggak, biasanya kalo pas minggu, pas ada di rumah, baru nonton VCD. Itupun satu VCD nggak selesai,” (keluarga E)



Komputer, bagi kalangan keluarga muda, kepemilikannya sangat tergantung sejarah pengenalan tiap individu dalam pasangan itu terhadap komputer. Variasi jawaban dari setiap pasangan menjadi indikator bahwa, faktor historikal itu memegang peranan penting. Namun, secara umum, informan menyepakati bahwa komputer merupakan teknologi informasi yang paling bermanfaat dan harus dimiliki, setidaknya berkaitan dengan kepentingan pribadi para pemakainya.

“Kalo komputernya penting sekali. Sekarang kan produk komputer seperti handphone, tiap dua minggu ada peningkatan. Hardware-nya bertambah terus, dan saya harus tahu semua itu. Begitu juga software-nya. Soalnya bidang pekerjaan saya menggeluti persoalan komputer,” (keluarga J)

Bidang pekerjaan bisa jadi hanya salah satunya. Tapi, bagi individu yang sudah mengenal komputer sejak dini – sebelum menikah misalnya – akan sangat merasakan kebutuhan kepemilikan komputer. Sebab, proses ketergantungan sudah diciptakan sejak awal.

Tentu saja bagi informan yang merupakan pengguna internet aktif, kepemilikan komputer menjadi sebuah keharusan. Sehingga – bagi user aktif – kepemilikan komputer bukan merupakan prioritas tapi, peningkatan kemampuan komputer yang dimiliki menjadi urgensi yang harus diperhatikan.

Berkaitan dengan aspek itu, kepemilikan internet tentu saja menjadi hal yang sangat diperlukan, terutama bagi informan yang menjadi user aktif. Internet menjadi bagian dari kehidupan keseharian – seperti halnya bagi televisi bagi hampir semua keluarga atau handphone. Banyak ranah dari kehidupan termasuk pekerjaan yang sangat memerlukan peran dan eksistensi internet. Namun, sebaliknya bagi informan yang merupakan user pasif, internet masih menjadi bawang mewah, apalagi kehadirannya terkait dengan tiga aspek, yaitu komputer dan telepon. Sehingga, eksistensinya masih

dipertanyakan. Utamanya bagi informan yang sejarah pengenalannya terhadap internet relatif minim atau tidak intensif.

“Soal informasi, aku merasa sudah cukup mendapat info dari media lain seperti televisi, terus radio. Itu saja sudah mencukupi yang aku butuhkan. Apalagi, kita nggak terlalu senang buka=buka (situs). Lagian juga, kalao bicara waktu, kita banyak nggak sempetnya,”(Keluarga E)

Keluarga E melihat internet sebagai teknologi informasi murni sebagai media berita, seperti halnya televisi atau radio. Kebetulan, suami istri dari keluarga E tidak memiliki pengalaman yang cukup lama berkaitan dengan internet. Dari sisi ini dapat dikaji bahwa pengenalan dan pengalaman menjadi kungsi penting dalam penentuan opini dan penggunaan internet sebagai teknologi informasi.

Walau begitu, hampir semua informan sepakat bahwa tingkat kepentingannya tinggi, sehingga tetap menjadi salah satu alternatif yang harus dipilih di masa mendatang. Walau mungkin bagi sebagian masyarakat melihat urgensinya belum tinggi. Masi dari keluarga E yang menilai sebagai berikut:

“Bisa jadi penting, tergantung kebutuhan di masa depan seperti apa. Soalnya sekarang kita merasa belum perlulah sampai di rumah. Soalnya masih ada kebutuhan lain yang lebih penting. Palagi kalau nanti ada duit lebih untuk masang yah kita pasang. Sekarang saja, yang ada di rumah jarang aku pakai,” (Keluarga E)

Faktor lain yang bisa menjadi kajian adalah hantaman krisis ekonomi yang menyebabkan kebanyak orang Indonesia mendadak ‘miskin’ di akhir tahun 1997 karena konversi uang rupiah dan dollar Amerika mendadak berlipat 6 – 6 kali. Ini menyebabkan daya beli masyarakat menjadi menurun drastis, sehingga untuk mengikuti perkembangan teknologi mereka tidak mampu lagi membeli perangkat komputer untuk dipakai mengakses internet. Namun, walaupun komputer tetap terbeli, kesulitan lanjutan yang

terjadi adalah untuk membiayai saluran komunikasi dan langganan internet, apalagi dengan kondisi tarif telepon di Indonesia yang sangat mahal serta kecepatan akses provider yang masih di bawah rata-rata maksimal.

Mengetahui faktor kepemilikan berarti juga harus mengetahui peranan pihak yang paling dominan dalam melakukan keputusan pemilihan dan pembelian bagi teknologi informasi ini. Sebagai komunitas yang eksis di dalam komunitas lain yang lebih besar serta dengan pengaruh informasi dari beragam sumber media, maka, faktor eksternal menjadi faktor yang berpengaruh dalam pembelian dan kepemilikan jenis teknologi informasi.

Secara garis besar, pihak yang berperanan dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

1. Internal keluarga, yaitu pengaruh terbesar datang dari baik dari suami, istri ataupun berdasarkan kesepakatan berdua.
2. Eksternal keluarga, yaitu pihak-pihak di luar suami-istri dalam keluarga tersebut, seperti pihak keluarga, teman sekerja, tetangga, saudara dan lainnya
3. Media, yaitu peranan pengaruh media.

Namun, peranan tiga pihak ini tidak *mutually exclusive*, karena ketiganya seringkali saling berpengaruh, hanya saja derajat dominasinya yang berbeda-beda.

Pada beberapa informan, peran internal khususnya suami memang sangat dominan, baik dalam pemilihan jenis teknologi informasi, keputusan pembelian ataupun aspek manfaatnya.

“Oh, soal mau beli apa, dia tuh yang memutuskan. Semua dia. Saya tinggal terima bersenya saja. Pokoknya kalau sudah berurusan dengan teknologi, decision makernya ya dia ini, suami saya,” (Istri dari Keluarga I)

Peran dominan suami ini, kadang diimbangi juga dengan proses penyeimbangan dari istri sebagai pemberi saran, atau malah mengusulkan pembelian suatu teknologi informasi barulah dibelikan sang suami.

“Selama ini kalo dia sih terserah, tapidia memberi kebebasan. Terserah. Tapi kalo misalnya aku mengungkapkan kelebihanannya, ini bagus, ya akhirnya dia ikut. Kalo misalnya nggak masuk akal yang aku inginkan, ya dia nggak mau. Ya udah, aku ngalah gitu. Dia ngasih kebebasan tapi harus ada alasan logi.” (Istri dari Keluarga G)

Di sisi lain, peranan anggota keluarga atau anggota masyarakat di sekitar, walaupun ada, tidak dianggap sebagai faktor yang sangat berpengaruh. Asumsinya, keputusan pembelian tetap di tangan informan. Sedangkan pengaruh dari pihak lain hanyalah sebagai pemberi masukan. Termasuk juga peran media. Media bisa menjadi katalisator dalam hal proses pertimbangan dan pembelian teknologi informasi.

“Pengaruh luar mesti ada lah. Kan compare, ya... jadi aku sudah punya keputusan untuk beli barang apa, mesti kan juga cari-cari dari dari baca buku / koran, majalah, dan lainnya. Kita juga bisa nanya tokonya.” (Keluarga H)

Namun, di sisi lain, media juga tidak begitu banyak berperan. Kontak personal, pergaulan dan informasi dari hubungan antar personal juga memberikan pengaruh. Misalkan pada keluarga D.

“Perjumpaan saya dengan internet kan melalui teman. Nggak ada pengaruh media massa. Lingkungan kerja membuat internet ini menjadi suatu kebutuhan. Mau tidak mau, semua orang yang terlibat di situ akan jadi ingin tahu banyak, menggunakan, lalu ketagihan.” (keluarga D)

Dari hal itu terlihat, proses pembelian teknologi informasi bisa melalui proses yang sederhana, dapat juga menjadi kompleks karena melibatkan banyak pihak. Terutama apabila teknologi informasi ini sadar atau tidak sadar, langsung atau tidak langsung sudah

menjadi bagian dari gaya hidup. Kepemilikan kadang diukur sebagai tingkatan gaya hidup. Indikatornya bisa bermacam-macam, misalkan merk, atau malah hanya sekadar simbol. Dan simbolisasi ini muncul dengan sendirinya ketika teknologi informasi itu sudah menjadi bagian integral dari kehidupan individu.

“Teknologi ini membuat hidup saya lebih mudah, lebih cepat, orang cari saya lebih mudah, nyari orang lebih mudah. Ya itu tadi, memenuhi fungsi-fungsi teknologi informasi. Gaya hidup, pastilah ada. Saya yakin nggak ada yang nggak akan bilang gaya hidup mempengaruhi juga. Saya akui itu,” (Suami dari keluarga D)

V.4. Penggunaan Teknologi Informasi

Penggunaan teknologi informasi dikaji sebagai bagaimana keluarga memperlakukan teknologi informasi ketika menjadi bagian dari kehidupan mereka. Bisa jadi, teknologi itu berfungsi sesuai fungsi sebenarnya, namun bisa juga fungsi riil tertutupi oleh simbol yang muncul dalam produk itu sendiri.

Merujuk kembali pada proses domestika dari Silverstone (1989), maka *domesticated* teknologi informasi ini sangat berpengaruh pada penguunaannya dalam keseharian., yaitu:

1. fase pertama apropiari merujuk pada kepemilikan teknologi informasi oleh individu. Dalam fase ini, individu membedakan dirinya dengan individu lain yang tidak memiliki teknologi yang sama serta menggabungkan diri dengan sesama individu yang memiliki teknologi media.
2. Fase kdua memfokuskan pada penempatan teknologi informasi dalam keluarga. Penemopatan teknologi ini sebagai obyek mencerminkan nilai-nilai dan standar kultural dalam keluarga.

3. Fase ketiga merujuk bagaimana teknologi ini berintegrasi dalam kehidupan rutinitas individu.
4. fase keempat dari proses domesticated yakni konversi menunjukkan fungsionalisasi teknologi ini dimana individu berusaha untuk mencari dan melakukan harmonisasi antara sesama pengguna teknologi informasi dengan konteks sosial yang lebih luas. Dalam konteks inilah, individu mendapatkan kontak-kontak sosial dan interaksi sosial yang lebih luas sebagai akibat dari penggunaan teknologi informasi.

Pada fase keempat ini juga akan dapat dilihat pengaruh teknologi informasi itu pada personalitas dan identitas penggunanya. Dalam artian, *social value* individu atau komunitas keluarga menjadi sangat tergantung kepada sejauh mana tingkat adopsi mereka terhadap teknologi informasi. Namun, sepanjang *social value* itu terbentuk sebagai konsekuensi dari pemenuhan kebutuhan manusia sebagaimana yang digambarkan Katz, bisa jadi proses sosialisasi dan upaya yang dilakukan dapat dilihat sebagai upaya yang wajar.

Penggunaan komputer sebagai salah satu teknologi informasi misalnya, sangat tergantung bagaimana individu memaknai dan mengefesienkannya. Sebagai alat bantu kerja, maka komputer akan menjadi bagian integral dan menjadi salah satu kebutuhan dasar.

“Karena pekerjaan saya memang harus saya selesaikan dengan komputer , untuk menyimpan data-data, juga untuk... saya dengan komputer itu bisa mendapatkan uang, jadi saya harus punya komputer. Itu pertama, saya memutuskan untuk membeli. Berapapun biayanya saya beli.” (Suami dari keluarga D)

Pandangan tersebut muncul karena kebutuhan sosialnya memang sangat memerlukan komputer. Tapi, akan berbeda halnya jika komputer tidak menjadi bagian yang integral. Komputer, sebagaimana teknologi informasi lainnya, hanya akan menjadi pelengkap yang tidak mutlak diperlukan dan dipergunakan. Sebagai alat, ia menjadi sangat tergantung kepada pemakainya.

Kajian domestika dari silverstone belum terlalu jelas menampakkan wujudnya pada kebanyakan informan. Penggunaan teknologi informasi pada kalangan keluarga muda, untuk sementara, sangat tergantung bagaimana keluarga itu menempatkannya. Sejauh ini, life style dan social value yang ditonjolkan tidak menjadi sesuatu yang dominan. Bahkan cenderung selektif. Misalkan saja, persoalan finansial sangat memberikan pengaruh besar terhadap keputusan pembelian suatu teknologi informasi. Begitu juga tingkat kebutuhan terhadap teknologi tersebut. Jika dirasakan tidak terlalu urgen maka informan cenderung menunda pembelian.

Begitu juga dalam penempatan internet dalam keluarga. Informan menilai internet sebagai salah satu teknologi informasi yang jika dimaksimalkan akan menghasilkan sesuatu yang juga maksimal. Maksimal ini dapat diartikan sebagai memfungsikan internet sebagai media secara utuh. Dalam pandangan salah satu informan:

“Internet itu, membuat sesuatu yang tidak mungkin menjadi mungkin. Internet itu lebih memudahkan untuk mencari informasi, Lebih cepat ya. Hitungannya juga lebih murah. Aku seharusnya lebih sering pake email daripada telepon.” (Keluarga H)

Teknologi informasi memuat makna kepraktisan dan efisiensi sehingga memudahkan kehidupan. Sebagai teknologi informasi, internet menyediakan segala-galanya, sehingga

informan mengakui eksistensinya di masa sekarang maupun masa mendatang akan sangat penting.

“Positif sekali, karena menghubungkan orang dimana pun, kapan pun selama 24 jam. Namanya dunia, satu siang dan satu malam. Itu kan informasi yang tidak pernah berhenti sebenarnya kan itu. Kita harus bisa memanfaatkannya. Soalnya kan positif. Bisa tukar-tukaran berita, kirim email,” (keluarga C)

Bagi informan, Internet memang lebih sebagai sumber informasi untuk banyak hal. Mulai dari informasi yang sifatnya formal, maupun yang sifatnya menambah ilmu pengetahuan secara non formal.

Pandangan yang berbeda-beda tentang internet dari beberapa keluarga berikut ini akan membantu memudahkan pemahaman keluarga mengenai penggunaan dan pemanfaatan internet. Keluarga B, misalnya melihat internet sebagai saran bertukar berita melalui email.

“Begitu sampai, akantor, sebelum jam kantor dimulai, yang saya lakukan pertama kali adalah buka email. Jadi, kalau sampai siang email saya nggak dibuka, saya jadi penasaran, email saya sudah berapa berita, isinya apa saja,” (keluarga B)

Selain email, menjelajahi dunia maya (browsing) mencari informasi atau malah menjadikan browsing sebagai hiburan dengan mencari situs hiburan virtual misalnya, juga menjadi bentuk hiburan bagi individu,

“tapi, waktu internetan, pernah juga lo aku judi. Sampai jam dua pagi aku main. Kan itu dollar, kan bersemangat, pakai ini lho, pakai nomer probadi. Nomer apa, gitu. Samapai pagi. Permainannya itu bagus dan enak, jadi bersemangat.” (Keluarga G)

Sehingga, dengan melihat kembali proses domestikasi dari Silverstone, fase pertama dari domestikasi, tidak muncul pada perilaku keluarga muda ini. Walau tidak menutup

kemungkinan secara implisit dan tidak sadar fase pertama itu sudah dilalui. Misalkan saja pada keluarga B, sang istri mengakui ia tidak semahir suaminya dalam ber-internet.

“pada dasarnya saya ini gaptek. Gagap teknologi. Di kantor itu, awalnya semua orang bisa browsing, semua orang punya email. Kecuali saya. Karena itu merupakan kebutuhan dan tuntutan dari kantor, maka mau tidak mau saya juga belajar. Malu dong, kalau saya sendiri yang tidak bisa,” (keluarga B)

Ketika menyadari tidak berada dalam “dunia” yang sama, maka keinginan untuk “menyesuaikan” diri ke dalam dunia itu semakin besar. Individu mencoba mendekatkan diri dengan mempelajari dan menguasainya. Bisa jadi, ia ingin mendapatkan simbol yang sama.

Pada fase kedua, keluarga muda pada penelitian ini menempatkan dan memposisikan teknologi informasi dalam keluarga sesuai dengan kebutuhannya dan pemanfaatannya selama ini. Sehingga, televisi bisa saja ditempatkan sebagai media hiburan semata, seperti yang diakui beberapa informan. Begitupun dengan komputer dan internet.

Sehingga, pada fase ini selektifitas pemilihan teknologi informasi terjadi, misalkan pada keluarga C saat ditanya mengenai keinginan untuk berlangganan internet,

“Pasang atau nggak, aku lihat kebutuhan. Apalagi sebegini besar sistemnya berlangganan penuh seperti telepon. Nah, kalau aku berlangganan tapi aku jarang pakai, aku kan rugi. Ada nggak yang bisa menjawab kebutuhanku. Karena aku dan istriku internetan kalau nggak di kantor ya di warnet, itupun tidak sering. Kalau semua sudah terpenuhi di kantor, kan tidak harus berlangganan, kan ?” (Keluarga C)

Penempatan secara proporsional ini juga terjadi pada teknologi informasi lainnya. Semua diproporsikan pada tingkat urgensi kebutuhan dan kemampuan. Misalkan pada prinsip yang dianut keluarga G.

“Beli atau nggak, punya atau nggak, kita sih tergantung harga. Dan kualitasnya ya. Misalkan mau beli TV, ini kok bagus, kita lihat dulu, cocok apa nggak dengan keuangan kita. Atau komputer, kita tanya dulu kelebihan, kekurangan serta harganya. Kakau cocok baru beli. Bukan karena orang lain beli, terus kita ikutan beli.” (keluarga G)

Argumentasi diatas sepertinya mengenyampingkan kemungkinan dan asumsi bahwa peergroup atau komunitas sosial terdekat sangat berpengaruh dalam kepemilikan teknologi informasi. Artinya, penelitian ini melihat bahwa kepemilikan teknologi informasi benar-benar tergantung kepada kebutuhan dan kemampuan.

Pada fase ketiga dari proses domestika, dengan berdasar pada penempatan pada fase kedua, teknologi itu berintegrasi dalam kehidupan rutinitas individu. Hal ini menjawab fenomena keluarga yang merasa “keseharian” jika tidak ada televisi, merasa tidak bisa bekerja karena tidak ada komputer di rumah. Perasaan dan penilaian itu muncul karena teknologi informasi itu sudah terintegrasi dalam kehidupan rutinitas masing-masing keluarga.

Proses integrasi ini bisa diejawantahkan sebagai tingkat pemahaman penggunaan teknologi informasi itu. Misalkan saja pada komputer sebagai alat kerja, atau internet sebagai alat bantu informasi dengan tingkat kemampuan masing-masing.

“Komputer menjadi bagian dari keseharian saya. Tanpa komputer saya nggak bisa kerja. Palagi, kerjaan di kantor yang tidak bisa diselesaikan di kantor kebanyakan membutuhkan aplikasi komputer,” (Keluarga F)

Pada pemakaian internet, proses integrasi ini dapat dilihat dari seberapa jauh pemahaman informan mengenai teknik berinternet. Misalkan saja, aplikasi email, chatting, browsing, searching dan lainnya.

“Saya harus tahu semulah. Bidang pekerjaan saya kan ini, lagipula itu semua kan cara untuk memperoleh informasi. Kirim file lewat chatting pun bisa., tidak harus download email atau browsing. Trus, kalau

langganan saya minta tanya-tanya , saya kan harus bisa jawab,”
(Keluarga J)

Artinya, teknologi informasi itu akan menjadi bagian yang integral jika informan memahami benar bagaimana mengoperasikan, memanfaatkan dan menggunakannya.

Fase keempat dapat dilihat pada usaha-usaha melakukan kontak atau pencarian informasi dengan sumber informasi yang menurut mereka dapat memberikan kepuasan atau jawaban atas pertanyaan dan keingintahuan lebih lanjut mengenai produk teknologi informasi yang mereka miliki. Pada fase ini sangat memperhatikan harapan informan terhadap apa yang sudah mereka miliki dan kuasai sekarang. Termasuk usaha mencari *add-value*-nya .

“Sekarang saya kan belum punya anak, saya masih oke saja kerja fulltime di kantor. Tapi, suatu saat nanti, jika saya sudah punya anak, saya akan pasang internet di rumah dan cari pekerjaan yang bisa dikerjakan di rumah melalui internet. Simple sekali.”(Istri keluarga C)

Selain itu, contoh harapan lain seperti pernyataan dari keluarga D berikut ini:

“Saya berangan-angan anak saya familiar dengan internet. Saya akan kenalkan sejak dini. Sebab, pasti ada manfaatnya. Saya rasakan sendiri ketika keluarga saya jauh dari saya. Kakak saya punya email sehingga kontak dengan saya selalu melalui email. Lama kelamaan, saya kan repot kalau ke warnet terus,” (keluarga D)

penelitian ini juga memperlihatkan hasil bahwa ketika teknologi informasi sudah terintegrasi dalam kehidupan, dan akhirnya terkonversi, akan menimbulkan konsekuensi berupa kewajiban-kewajiban akibat penggunaan teknologi informasi. Setingkat lebih tinggi di atas tahap kebutuhan. Misalkan saja, merasa wajib menonton berita di televisi agar mendapatkan informasi, atau wajib membuka email agar tidak ketinggalan berita, atau lainnya.

“jelas dong merasa ketinggalan. Persoalannya saya moderator milis, saya wajib buka email dan browsing dalam kaitan tanggaung jawab itu. Kalo saya nggak buka, siapa tahu ada yang mau ikutan milis, mengatur diskusi dan lainnya.”(Keluarga D)

Berpijak dari hasil ini, peneliti melihat fenomena menarik bahwa asumsi-asumsi awal mengenai besarnya pengaruh gaya hidup daripada fungsionalisasi teknologi informasi tidak sepenuhnya benar. Bisa jadi benar bahwa revolusi teknologi informasi berimbas kepada masyarakat Indonesia. Kepemilikan teknologi informasi menjadi lazim ditemui. Kekhawatiran akan culture-lag yang bisa terjadi juga dapat dipahami. Namun, titik berat persoalan ternyata bukan pada gaya hidup dan eksistensi personal, tapi cenderung kepada pemanfaatan secara efektif.

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1. Kesimpulan

Mengkaji hasil riset ini, peneliti menarik kesimpulan yang dapat menjawab perumusan masalah di awal, yaitu:

1. Pola penggunaan teknologi informasi di kalangan keluarga muda yang menjadi informan penelitian ini sangat dipengaruhi background sosiodemografis yang dimiliki. Informan yang memiliki latar belakang yang memang memerlukan keterlibatan teknologi informasi – seperti pengalaman historikal pemakaian teknologi informasi, ekonomi-finansial, pekerjaan, hobi – akan intensif dan menjadikannya bagian integral dari kehidupan mereka. Namun, informan yang memiliki background sebaliknya, tidak akan intensif dalam penggunaan teknologi informasi.
2. Tujuan penggunaan teknologi informasi pada keluarga muda yang menjadi informan penelitian ini sangat variatif tergantung kepada kebutuhan dan bagaimana mereka menempatkan teknologi informasi itu dalam keluarga. Televisi, radio dan VCD lebih ditempatkan sebagai sarana hiburan, sedangkan handphone sebagai media komunikasi. Komputer dan internet ditempatkan sebagai alat penunjang pekerjaan serta sarana informasi.
3. Terdapat selektifitas dalam pemilihan dan penggunaan teknologi informasi. Keluarga muda yang menjadi informan dalam penelitian ini mengedepankan aspek tingkat kebutuhan dan kemampuan untuk memiliki teknologi informasi serta mengenyampingkan aspek gaya hidup dan social value yang bisa saja timbul dari penggunaan ragam teknologi informasi.

4. Pengaruh internal masih sangat dominan dalam pemilihan dan penggunaan ragam teknologi informasi, walau peran dan pengaruh eksternal dan media massa juga tidak dapat dihilangkan begitu saja. Namun, memang peran kedua faktor terakhir itu tidak signifikan.
5. Internet dinilai sebagai ragam teknologi informasi yang harus diperhatikan di masa mendatang dan ditempatkan dalam prioritas kepemilikan mengingat nilai fungsional yang tinggi bagi informan.

VI.2. Saran-saran

Keseluruhan proses penelitian ini tentunya masih terdapat kelemahan, kekurangan ataupun bias akademik, walau sudah diusahakan untuk dihindari. Sehubungan dengan itu, ada beberapa saran yang peneliti sampaikan untuk penelitian sejenis di masa mendatang:

1. Dilaksanakan penelitian lanjutan dengan mengkomparasikan riset kuantitatif untuk melihat kajian persoalan secara statistik dan nilai kuantifikasinya serta penelitian kualitatif dengan metodologi yang variatif. Misalkan dengan penggunaan Fokus group discussion, tentunya dengan pemilihan informan yang lebih tajam dengan mengambil salah satu pedoman dari hasil penelitian ini.
2. Bias gender yang bisa saja terjadi pada penelitian ini dapat dijadikan acuan untuk mengkaji lebih jauh persoalan serupa dengan melihat dari perspektif gender.
3. Secara praktis, diharapkan dilaksanakan proses database yang mendalam terkait dengan data pengguna internet dari berbagai aspek sosio demografis, khususnya di Surabaya, karena selama ini tidak terdapat database yang kongkrit mengenai hal ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, (1999) *Studying Human Everyday Life Phenomena: Reflections About Conceptor and Methodology* (ingumm Hagen)
- Abrar, Ana Nadhya, dkk. (ed): (1999). *Membangun Ilmu Komunikasi dan Sosiologi*, Penerbitan Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.
- Abercrombie, Nicholas. (1996). *Television and Society*, Polity Press, United Kingdom.
- Green, John. (1997). *The New Age Of Communications*. Allen & Unwin, United States Of America.
- Indrajit, Richardus Eko. (2001). *Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Mayer, Paul. (1999). *Computer Media and Comunication: a Reader*, Oxford University Press, United Kingdom.
- Negroponte, Nicholas. (1995). *Being Digital*, Alfred A knof, New York, USA.
- Pavlik, John V. (1996). *New Media Technology: Cultural and Commercial Perspectives*, Allyn and Bacon, United states Of America.
- Rogers, Everett. (1986). *Communication technology: The New Media in Society*, The Free Press, New york, USA.
- Shieffield, (-) England Paper Presented on The 18th International Human Science Rsearch Conference.
- Silverstone, Roger. (1989). *the everyday Life*, London Sage Publication
- Slouka, Mark. (1995). *Ruang Yang Hilang: Pandangan Humanis tentang Budaya Cyberspace yang Merisaukan*, Mizan.
- Sommerville, C. John. (2000). *Masyarakat Pandir atau Masyarakat Informasi* (terjemahan), Yayasan Andi, Yogyakarta.
- Wriston, Walter B. (1992). *The Twilight Of Sovereignty*, PT Remaja Rosda Karya, Bandung

Lampiran:**Keluarga A**

Keluarga A adalah pasangan yang sama-sama berpendidikan terakhir sarjana strata satu (S1), sang suami (32 th) dari Ilmu teknik, sedang istrinya (29 th) dari ilmu psikologi. Rata-rata penghasilan pribadi kedua orang ini adalah Rp 1.000.000,- per bulannya. Sedangkan pengeluaran keluarga setiap bulannya mencapai Rp 750.000,-. Suami bekerja sebagai pegawai Negeri Sipil sedangkan istri adalah ibu rumah tangga. Kepemilikan teknologi informasi di rumah adalah Televisi, Radio, PC desktop, Handphone, VCD dan DVD. Penggunaan internet melalui fasilitas kantor dan warnet.

Keluarga B

Keluarga B adalah pasangan yang berpendidikan sarjana ekonomi. Suami (30 th) bekerja di pasar modal sebagai analis saham, sedangkan istri (29 th) – yang juga berpendidikan sarjana hukum – bekerja di sebuah lembaga donor internasional yang bergerak di bidang kesehatan. Penhasilan pribadi kedua pasangan ini masing-masing lebih dari Rp 1.500.000,- per bulannya, sedangkan pengeluaran keluarga mencapai Rp 1.500.000,- per bulannya. Teknologi informasi yang dimiliki di rumah adalah Televisi, Radio dan handphone. Sedangkan penggunaan komputer dan internet dilakukan di kantor dan warnet.

Keluarga C

Keluarga C adalah pasangan suami – istri yang sama-sama bekerja sebagai wiraswasta. Suami (26 th) adalah sarjana teknik komputer, sedangkan istri (25 th) adalah

sarjana hukum. Sang istri juga bekerja sebagai guru les bahasa Inggris. Penghasilan pribadi masing-masing mencapai Rp 750.000,- per bulan, sedangkan pengeluaran keluarga berkisar di angka Rp 750.000,-. Teknologi informasi yang dimiliki TV, radio, Handphone, dan PC Desktop. Akses internet dilakukan di warnet.

Keluarga D

Keluarga D merupakan pasangan yang baru satu tahun menikah. Sang suami (31 th) adalah staf pengajar di sebuah PTN, sedangkan istrinya (31 th) adalah ibu rumah tangga. Keduanya berpendidikan sarjana strata satu. Penghasilan pribadi suami berkisar pada angka Rp 1 – 2 juta, sedangkan pengeluaran keluarga mencapai Rp 600.000 per bulannya. Teknologi informasi yang dimiliki adalah TV, Radio, Laptop / Notebook, dan handphone. Akses internet dilakukan di kantor dan di warnet.

Keluarga E

Keluarga E adalah pasangan yang pengeluaran keluarganya berkisar di angka Rp 500.000,-. Suami (31 th) adalah pengusaha variasi mobil sedangkan sang istri (24 th) adalah pegawai swasta. Penghasilan pribadi masing-masing adalah Rp 1.000.000,- perbulannya. Sedangkan teknologi informasi yang dimiliki adalah TV, radio, dan handphone. Akses internet dilakukan di warnet dan kantor.

Keluarga F

Keluarga F belum genap setahun menikah. Pasangan yang sedang bulan madu ini menyatakan pengeluaran keluarga berkisar di angka Rp 500.000 sebulannya. Suami (32

th) adalah sarjana strata satu yang sekarang bekerja di sebuah perusahaan swasta. Penghasilannya mencapai Rp 2 juta sebulan. Sedangkan istrinya (25 th) sudah menempuh pendidikan pasca sarjana dengan pekerjaan sebagai penyiar di sebuah stasiun radio swasta. Penghasilannya mencapai Rp 2 juta sebulan. Teknologi informasi yang dimiliki TV, Radio, Handphone, PC Desktop. Sedangkan akses internet dilakukan di kantor.

Keluarga G

Keluarga G usia pernikahannya sudah mencapai 3 tahun. Istri (27 th) adalah ibu rumah tangga sedangkan suaminya (35 th) adalah seorang pegawai swasta dengan penghasilan Rp 1 juta setiap bulannya. Pengeluaran keluarga mencapai Rp 500.000,- setiap bulannya. Teknologi informasi yang dipergunakan adalah TV, Radio, VCD, handphone, PC Desktop serta akses internet dari rumah.

Keluarga H

Keluarga H adalah pasangan muda dengan pengeluaran keluarga mencapai Rp 1 juta sebulannya. Istri (27 th) adalah program director di sebuah radio swasta, berpendidikan sarjana strata I dengan penghasilan perbulan mencapai Rp 2 juta. Sedangkan sang suami (28 th) juga sarjana strata I dengan penghasilan pribadi mencapai Rp 1,5 juta sebulan, pekerjaannya adalah wiraswasta di bidang digital work station. Teknologi informasi yang dimiliki adalah TV, Radio, Handphone, PC Desktop plus akses internet dari rumah.

Keluarga I

Keluarga I adalah pasangan muda yang suaminya yang bekerja sebagai dokter, dan sang istri sebagai staf pengajar di sebuah PTN. Sang suami (28 th) sekarang sedang mengambil program spesialis dengan penghasilan pribadi mencapai Rp 1,25 juta sebulan. Sedangkan sang istri (28 th) berpendidikan sarjana strata satu dengan penghasilan pribadi mencapai Rp 1 juta sebulan. Pengeluaran keluarga tercatat mencapai Rp 1 juta sebulannya. Teknologi informasi yang dimiliki di rumah adalah TV, Radio, Handphone, PC Desktop dengan akses internet.

Keluarga J

Keluarga J adalah pasangan muda dengan Suami (30 th) bekerja sebagai wiraswasta, sedangkan istri (22 th) masih mahasiswa. Penghasilan pribadi sang suami mencapai lebih dari Rp 1.500.000,- per bulannya, sedangkan pengeluaran keluarga mencapai Rp 1.000.000,- per bulannya. Teknologi informasi yang dimiliki di rumah adalah Televisi, Radio, handphone, PC Desktop dengan akses internet.

PAMERAN

- 1 MAR 2003